

LA VALORIZZAZIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE E DEL TURISMO FONDO DI PEREQUAZIONE 2017-2018

Report Analisi SWOT delle destinazioni Liguri

Dicembre 2020

1. Caratteristiche e funzionalità della piattaforma Simoo

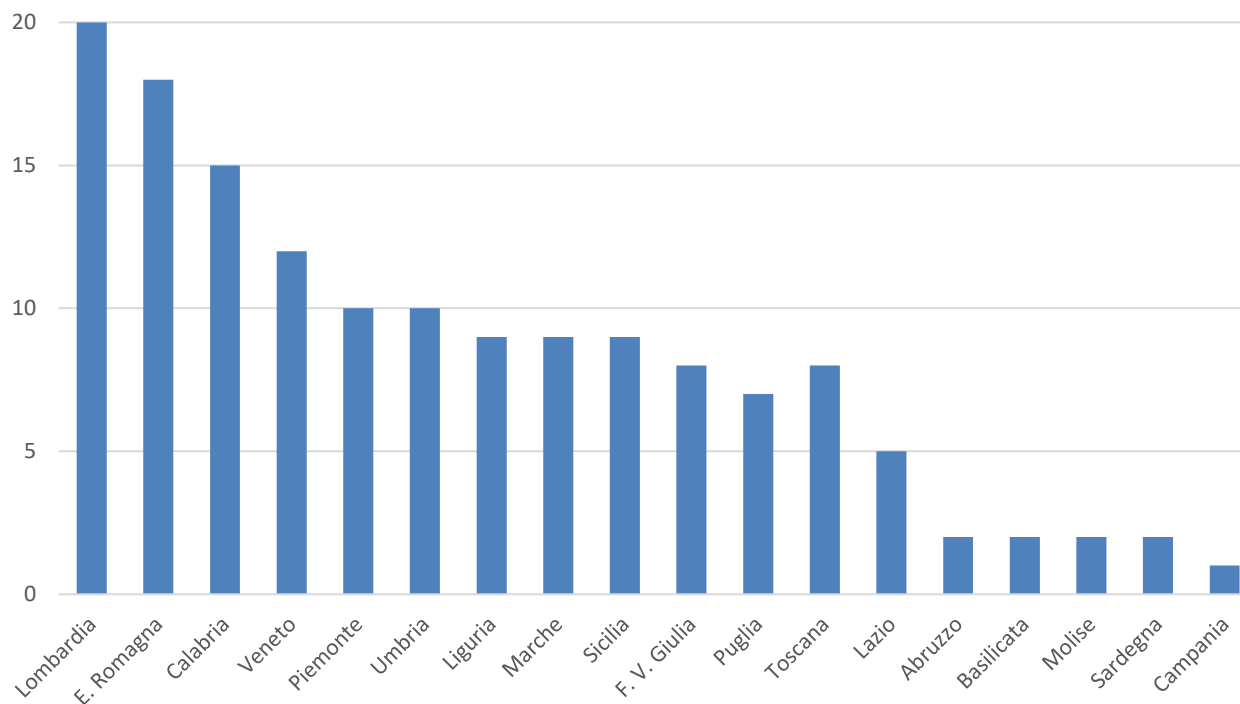
La piattaforma Simoo consente di analizzare le destinazioni inserite in base a processi di raggruppamento (clustering) utili alla loro caratterizzazione ed alla individuazione di eventuali carenze ed opportunità. La piattaforma consente di raggruppare unità tra loro eterogenee (le singole destinazioni) in più sottoinsiemi distinti ma omogenei al loro interno, in cui cioè le unità che li compongono sono selezionate dal sistema in base a caratteristiche di similarità che si riferiscono alle variabili disponibili. La piattaforma SiMoo consente anche di attribuire a ciascuna delle macrovariabili considerate per raggruppare le destinazioni un diverso grado di rilevanza (nessuna rilevanza, minima, media, elevata). Questi sono gli aspetti metodologici posti alla base dell'analisi SWOT delle destinazioni.

L'analisi SWOT è una metodologia utilizzata per l'analisi del contesto competitivo di una destinazione turistica che permette di evidenziare le caratteristiche della destinazione, di far emergere i meccanismi interni sui quali si vuole intervenire e di descriverne in ottica comparativa il contesto esterno. Lo scopo non è quello di fare un'analisi dettagliata della situazione ma di supportare la definizione di strategie locali basate sulle opportunità di sviluppo della destinazione attraverso la valorizzazione degli elementi di forza e il contenimento/miglioramento dei punti di debolezza.

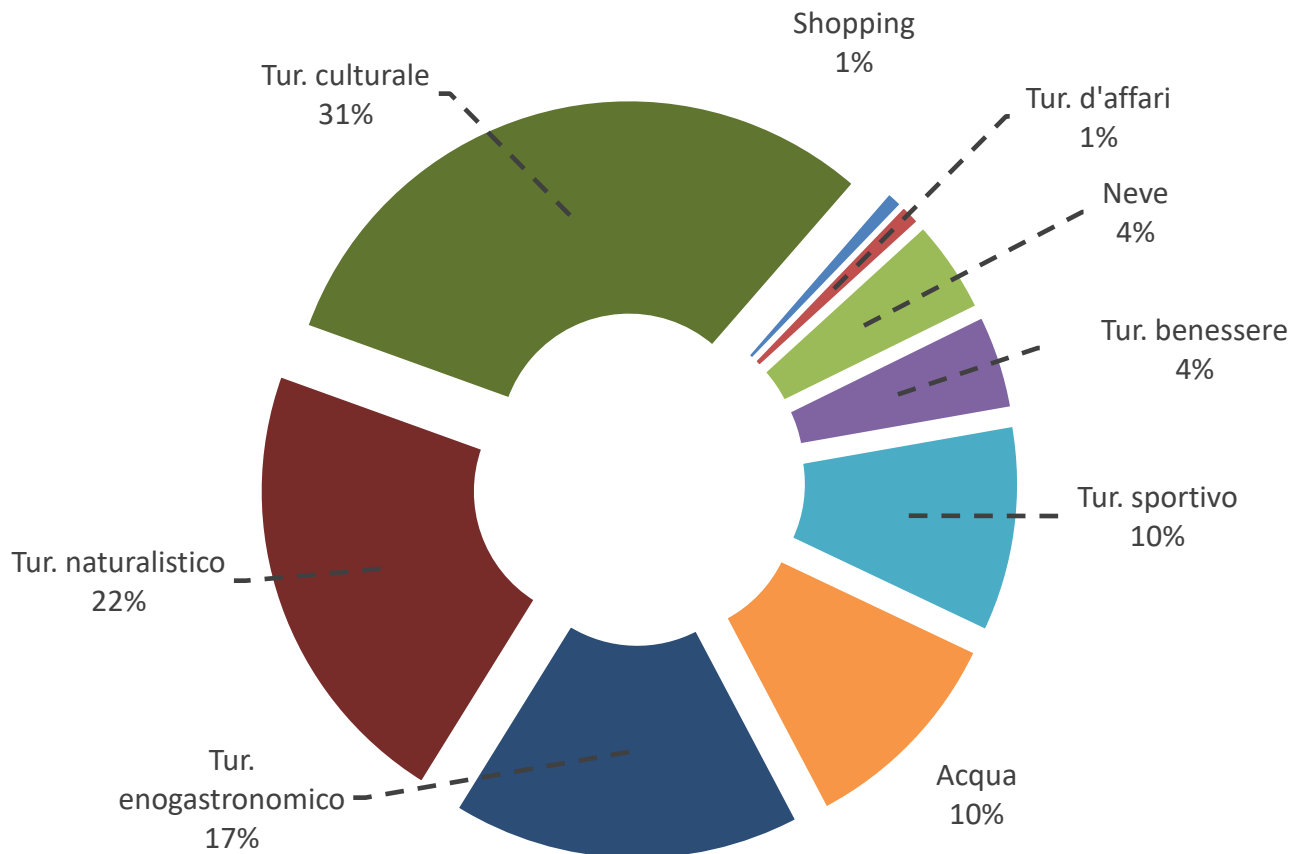
2. Destinazioni e prodotti turistici

Al momento, le destinazioni considerate sono complessivamente 150 distribuite tra 18 regioni (la distribuzione delle destinazioni per regione è rappresentata nel grafico 1). Inoltre, per comodità di analisi, i prodotti turistici sono stati raggruppati in 8 macrocategorie (Neve, Turismo Natura, Acqua, Benessere, Enogastronomia, Turismo Culturale, Turismo sportivo, Turismo d'affari) e in 32 sottocategorie in rappresentanza delle variegate forme specifiche che ciascun macro prodotto assume a seconda delle tipologie di destinazione e di vacanza. Il grafico 2 mostra i principali macro prodotti turistici descritti come esito del processo di caricamento di informazioni all'interno della piattaforma Simoo: alla presenza di beni culturali materiali ed immateriali, come catalogati all'interno del sistema, corrisponde il 31% dei prodotti descritti cui fanno seguito le varie forme di turismo connesse all'ambiente naturale sia in forma attiva (trekking, ecoturismo, etc, e dunque in qualche misura parallele a quelle del turismo sportivo), sia in termini di svago e relax. Anche l'enogastronomia ricorre con una certa frequenza (17%) in senso prevalente o più spesso associata ad altri tipi di prodotti mentre l'acqua (10%) si presta ad una molteplicità di fruizioni (semplice relax, turismo balneare organizzato, vela, pesca, immersioni). Il grafico 3 mostra in dettaglio le modalità di distribuzione dei prodotti specifici e dunque il rilievo che assumono, all'interno di ogni macro area di prodotto, i singoli elementi di attrattività di ciascuna destinazione.

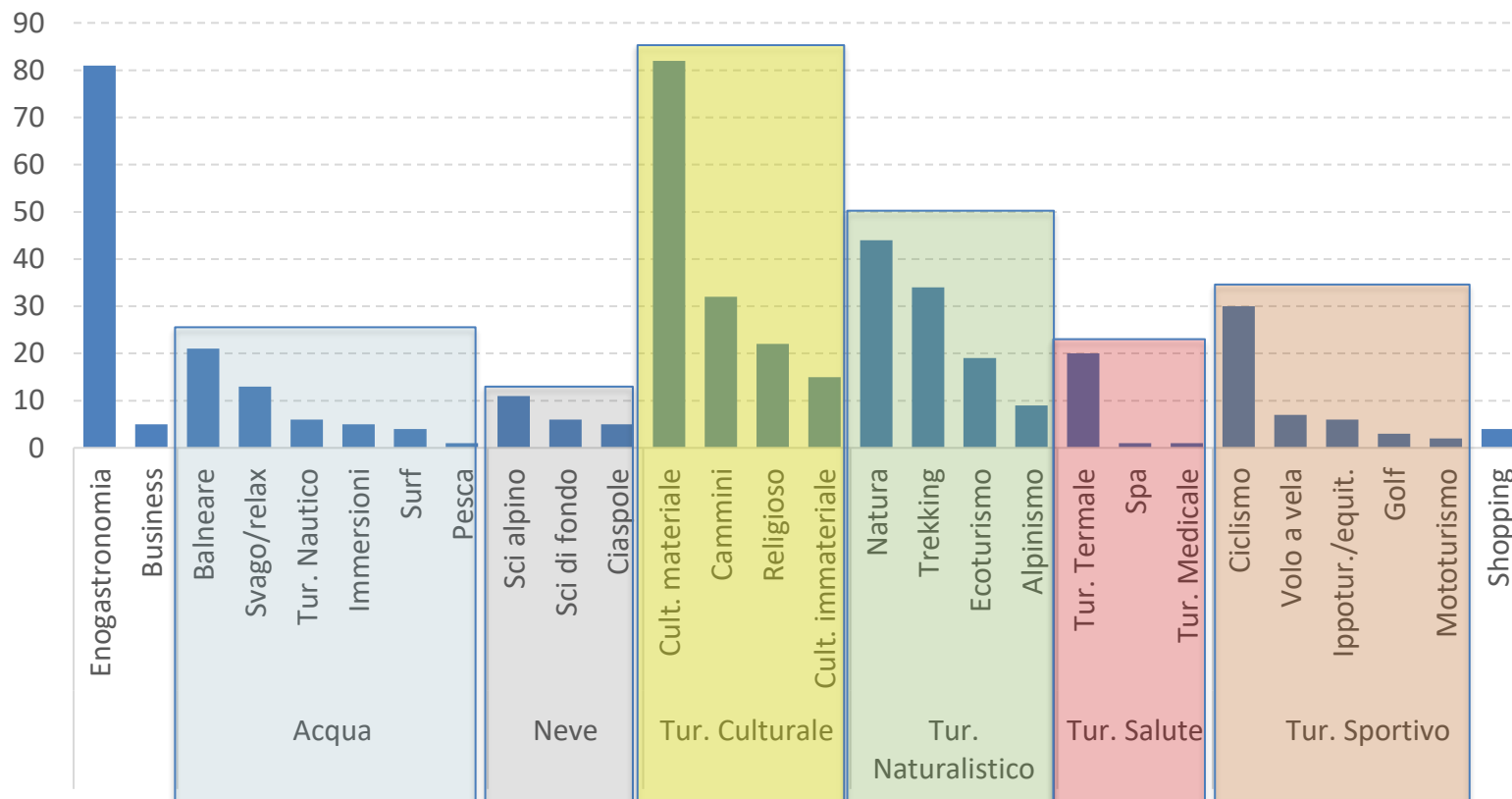
Graf. 1 Distribuzione delle destinazioni per macro regioni



Graf. 2 Distribuzione delle destinazioni per macro prodotti turistici



Graf. 3 Distribuzione delle destinazioni per macro e sotto prodotti turistici



Descrizione e principali dimensioni turistiche delle destinazioni della Liguria

[tab. 1] Le destinazioni individuate per la regione Liguria sono 9, alcune rappresentate da comuni singoli altre da raggruppamenti di più comuni. Genova, oltre a rappresentare la realtà demograficamente più rilevante, presenta una varietà di prodotti turistici alcuni dei quali, come quelli culturali, caratteristici delle realtà urbane. Diverse destinazioni (Finale, Golfo dell'Isola) risultano specializzate nell'attrarre la domanda connessa alla pratica di attività sportive, in altre l'interesse per la natura si intreccia con quello enogastronomico e con il bisogno di svago e relax nelle aree tipicamente balneari. Considerando che alcuni comuni sono presenti in più di una destinazione («Portofino» e «Sestri Levante») la popolazione complessivamente interessata è di circa 800 mila unità, pari al 40% del totale regionale. La densità media è particolarmente elevata (circa mille abitanti per chilometro quadrato) pari, in media, a tre volte quella regionale ed è fortemente condizionata dalla presenza del più importante polo urbano della Liguria. Il sistema di offerta è composto da circa 1500 strutture, tra alberghiero ed extralberghiero, e una disponibilità di circa 50 mila letti (32% del totale regione) equamente divisa tra le diverse tipologie.

[tab. 2] Nel 2019 l'insieme delle destinazioni selezionate ha ospitato complessivamente 5,7 milioni di presenze pari al 38% del totale regione. La componente straniera (48%) è ben superiore a quella media regionale e raggiunge il 70% a Levante e Portofino.

[tab. 3] La capacità di accoglienza delle destinazioni individuate rappresentano quasi il 40% del totale regionale in termini di letti nel settore alberghiero ed il 27% nell'extralberghiero. L'articolazione dell'offerta ricettiva è piuttosto differenziata con aree fortemente sbilanciate verso l'ospitalità alberghiera ed altre in cui la proposta è più equilibrata. Anche la distribuzione territoriale del sistema dell'ospitalità è molto differenziata: accanto ad aree con un indice di densità ricettiva molto elevato (Cervo, dove si sfiorano i 700 letti per kmq, Finale Ligure, Sestri Levante e Portofino) e parallelamente si traduce in un forte impatto sulla popolazione dell'area, particolarmente a Cervo (dove la popolazione turistica è doppia rispetto a quella residente) ma anche in altre destinazioni dove gli indici si abbassano ma comunque si fanno rivelatori di una forte pressione demografica, concentrata tra l'altro nei mesi estivi, in misura ben superiore alla media della regione. In quasi tutte le destinazioni la disponibilità dell'offerta viene sfruttata in misura maggiore rispetto alla media regionale, con picchi di utilizzo prossimi al 50% a Genova e vicini al 40% a Levante e Portofino.

[tab. 4] Le presenze straniere registrate nelle nove destinazioni considerate è pari al 44% del totale regionale. La componente estera ha un ruolo particolarmente rilevante in ciascuna di esse ed è sintetizzato dall'elevato indice di specializzazione internazionale (costruito in rapporto al peso delle presenze straniere in ambito regionale) anche se è connesso, d'altra parte, con una mediamente più contenuta permanenza media (supera le quattro giornate solo a Cervo ed a Finale Ligure). L'indicatore di pressione turistica è diffusamente elevato, particolarmente a Cervo, Finale Ligure e Levanto, evidenziando una forte pressione aggiuntiva esercitata dalle presenze turistiche su un territorio che mette in evidenza l'esigenza di individuare forme di sostenibilità dei flussi turistici nelle aree più interessate.

[tab. 5] L'identità digitale delle destinazioni è stata indagata a partire dal grado di presenza di ciascuna destinazione sul web. Sotto questo profilo, solo 5 destinazioni su 9 risultano in possesso di una pagina web dedicata, aspetto che si riflette anche nell'adozione di profili autonomi anche sulle principali piattaforme social disponibili sul web: quelle maggiormente utilizzate sono, in generale, Facebook e Tripadvisor. Negli altri casi si registra una totale assenza di comunicazione su tutti i tipi i canali social rilevati.

[tab. 6] Nelle figure sono state rappresentate le principali forme di collegamento tra le destinazioni ed il resto del mondo. In tabella è rappresentata la disponibilità delle principali forme di trasporto, che è molto diffusa tranne qualche eccezione rispetto ad alcuni collegamenti stradali. Nel grafico è rappresentato un indicatore sintetico della disponibilità di stazioni ferroviarie in rapporto alla estensione geografica delle varie destinazioni.

Tab. 1 Anagrafica delle destinazioni turistiche della Liguria

		Comuni	Prodotti turistici	Aree marine protette	Bandiere blu	Luoghi della cultura (Mibact)	N. Eventi
1	Cervo	Cervo	-	1		1	1
2	Finale Ligure	Finale Ligure	1. Enogastronomico 2. Sportivo 3. Cultura materiale	1	1	2	2
3	Genova	Genova	1. Enogastronomico 2. Turismo nautico 3. Cultura immateriale (eventi, spettacoli dal vivo, festival) 4. Cultura materiale (città d'arte, siti archeologici, musei) 5. Shopping	1		44	13
4	Il Golfo dell'Isola	Bergeggi, Noli, Spotorno, Vezzi Portio	1. Immersioni	2	0		2
5	Lerici	Lerici	-	1	1	1	0
6	Levanto	Levanto	-	1	1	1	0
7	Portofino	Camogli, Portofino, Santa Margh. Ligure	1. Enogastronomia 2. Religioso 3. Tur. naturalistico/svago/relax	2	0	5	10
8	Savona	Savona	-	1	1	11	2
9	Sestri Levante	Chiavari, Lavagna, Portofino, Rapallo, Santa Margh. Ligure, Sestri Levante, Zoagli	1. Turismo Nautico 2. Balneare (sun&beach) 3. Cultura immateriale (eventi, spettacoli dal vivo, festival)	2	0	14	8

Tab. 2 Caratteristiche territoriali e principali dimensioni turistiche delle destinazioni della Liguria

	Caratteri territoriali		Servizi turistici 2019					Presenze turistiche 2019		
	Popolazione all'1 gennaio 2020	Superficie (kmq)	Alberghi	Letti alberghi	Letti Extralbergh	Letti hextralbergh	Ristoranti	Residenti	Non residenti	Totale
Cervo	1.138	3,6	2	23	19	2.360	9	41.179	56.128	97.307
Finale Ligure	11.358	35,5	77	2.965	109	3.182	59	502.691	264.815	767.506
Genova	574.090	240,3	104	7.408	381	3.434	521	966.751	939.026	1.905.777
Il Golfo dell'Isola	8.093	309,5	53	2.232	43	1.621	29	281.886	55.007	336.893
Lerici	10.004	30,1	29	1.053	72	1.178	13	142.264	84.966	227.230
Levanto	5.368	36,8	18	691	128	1.923	25	96.189	256.143	352.332
Portofino	14.518	22,6	38	2.347	83	672	61	132.314	297.968	430.282
Savona	59.933	65,3	9	763	35	1.158	62	131.616	93.163	224.779
Sestri Levante	99.790	113,7	132	6.763	210	9.463	143	719.956	681.888	1.401.844
<i>Destinazioni Liguria</i>	<i>784.292</i>	<i>857,6</i>	<i>462</i>	<i>24.245</i>	<i>1.080</i>	<i>24.991</i>	<i>922</i>	<i>3.014.846</i>	<i>2.729.104</i>	<i>5.743.950</i>
Regione Liguria	1.543.127	5.416,2	1.305	61.388	4.047	90.738		8.932.884	6.142.004	15.074.888

Fonte: elaborazioni Isnart su dati Istat e Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio

<http://www.revealsrl.it/simoo/>

Tab. 3 Indicatori di RICETTIVITÀ per destinazione. LIGURIA 2020

Destinazioni	% letti alberghi (su totale regionale)	% letti extralberghiero (su totale regionale)	Densità ricettiva [L/kmq] *	Tasso di ricettività [L/Pop]x100 **	Indice di utilizzo lordo [Pres/Lx365]x100 ***
Cervo	0,0	2,6	665	209	11,2
Finale Ligure	4,8	3,5	173	54	34,2
Genova	12,1	3,8	45	2	48,2
Il Golfo dell'Isola	3,6	1,8	12	48	24,0
Lerici	1,7	1,3	74	22	27,9
Levanto	1,1	2,1	71	49	36,9
Portofino	3,8	0,7	133	21	39,0
Savona	1,2	1,3	29	3	32,1
Sestri Levante	11,0	10,4	143	16	23,7
Destinazioni Liguria	39,5	27,5	57	6	32,0
Regione Liguria	-	-	28	10	27,1

* Numero medio di letti per Kmq. Esprime il grado di diffusione delle strutture ricettive sul territorio.

** Rapporto % tra numero di letti presenti in tutti gli esercizi ricettivi e popolazione della stessa area; misura l'impatto potenziale del turismo sulla popolazione di una certa area (con TR > 100 la popolazione turistica è superiore alla popolazione residente).

*** Rapporto % le presenze turistiche e la disponibilità potenziale di letti ogni anno, al lordo delle chiusure stagionali. Indica, in percentuale, quanta parte dell'offerta teoricamente utilizzabile è stata sfruttata.

Fonte: elaborazioni Isnart su dati Istat e Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio

Tab. 4 Indicatori di TURISTICITÀ per destinazione. LIGURIA 2020

Destinazioni	% presenze italiane (su totale regionale)	% presenze straniere (su totale regionale)	Specializzazione turistica internazionale *	Permanenza media (pres dest/arr dest) **	Pressione turistica (numero giornaliero medio di turisti per 100 abitanti) ***
Cervo	0,5	0,9	1,42	6,3	23,4
Finale Ligure	5,6	4,3	0,85	4,3	18,5
Genova	10,8	15,3	1,21	2,1	0,9
Il Golfo dell'Isola	3,2	0,9	0,40	0,3	11,4
Lerici	1,6	1,4	0,92	2,9	6,2
Levanto	1,1	4,2	1,78	3,1	18,0
Portofino	1,5	4,9	1,70	2,3	8,1
Savona	1,5	1,5	1,02	2,0	1,0
Sestri Levante	8,1	11,1	1,19	2,8	3,8
Destinazioni Liguria	33,7	44,4	1,17	1,7	2,0
Regione Liguria			1,00	3,1	2,7

* Rapporto tra il peso delle presenze turistiche straniere sul totale destinazione e il peso delle presenze straniere sul totale regione. Valori dell'indice maggiori di 1 segnalano che la destinazione è relativamente specializzata nel turismo internazionale.

** Rapporto tra il numero di notti trascorse (presenze) e il numero di clienti arrivati nelle strutture ricettive della destinazione.

*** $[\text{Pres}/\text{L} \times 365] \times 100$ Rapporto % tra le presenze turistiche ed i residenti in un territorio, in uno specifico arco temporale. È utilizzato per quantificare la pressione aggiuntiva esercitata dalle presenze turistiche su un territorio.

Fonte: elaborazioni Isnart su dati Istat e Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio

Tab. 5 Identità digitale delle destinazioni turistiche della Liguria

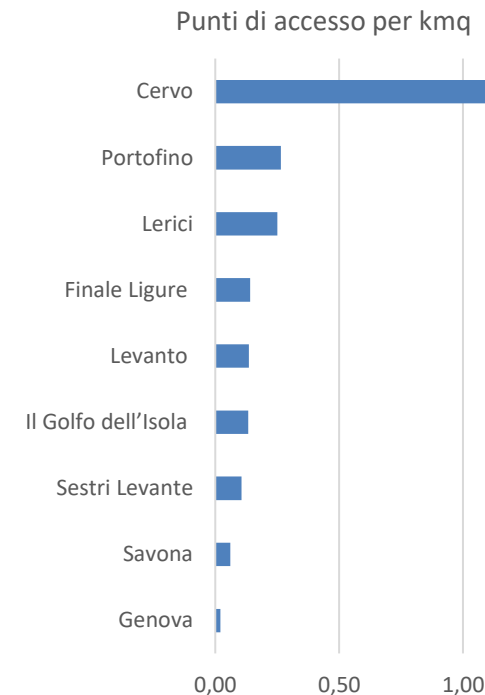
Destinazione	   				
	Sito Web				
Cervo	No	No	No	No	No
Finale Ligure	Sì	Sì	Sì	No	No
Genova	Sì	Sì	Sì	Sì	Sì
Il Golfo dell'Isola	Sì	Sì	Sì	No	No
Lerici	No	No	No	No	No
Levanto	No	No	No	No	No
Portofino	Sì	Sì	Sì	Sì	Sì
Savona	No	No	No	No	No
Sestri Levante	Sì	Sì	Sì	Sì	Sì

Fonte: elaborazioni Isnart su dati Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio
<http://www.revealsrl.it/simoo/>

Tab. 6 Indicatori di raggiungibilità delle destinazioni

Destinazione	Collegamento bus nazionali	Collegamento bus internazionali	Collegamento alla rete autostradale	Segnaletica
Cervo	Sì	No	No	Sì
Finale Ligure	Sì	No	Sì	Sì
Genova	Sì	Sì	Sì	Sì
Il Golfo dell'Isola	No	No	Sì	Sì
Lerici	Sì	No	No	Sì
Levanto	Sì	Non so	Sì	Sì
Portofino	Sì	Non so	No	Sì
Savona	Sì	Non so	Sì	Sì
Sestri Levante	Sì	No	Sì	Sì

Fonte: elaborazioni Isnart su dati Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio
<http://www.revealsrl.it/simoo/>



Analisi SWOT delle destinazioni della Liguria

Similarità e analisi cluster delle destinazioni

La piattaforma Simoo consente di analizzare le destinazioni inserite in base a processi di raggruppamento (clustering) utili alla loro caratterizzazione ed alla individuazione di eventuali carenze ed opportunità. La piattaforma consente di raggruppare unità tra loro eterogenee (le singole destinazioni) in più sottoinsiemi distinti ma omogenei al loro interno, in cui cioè le unità che li compongono sono selezionate dal sistema in base a caratteristiche di similarità che si riferiscono alle variabili disponibili. La piattaforma SIMOO consente anche di attribuire a ciascuna delle macrovariabili considerate per raggruppare le destinazioni un diverso grado di rilevanza (nessuna rilevanza, minima, media, elevata). Questi sono gli aspetti metodologici posti alla base dell'analisi SWOT delle destinazioni.

In questo contesto l'analisi SWOT è una metodologia utilizzata per l'analisi del contesto competitivo di una destinazione turistica che permette di evidenziare le caratteristiche della destinazione, di far emergere i meccanismi interni sui quali si vuole intervenire e di descriverne in ottica comparativa il contesto esterno. Lo scopo non è quello di fare un'analisi dettagliata della situazione ma di supportare la definizione di strategie locali basate sulle opportunità di sviluppo della destinazione attraverso la valorizzazione degli elementi di forza e il contenimento/miglioramento dei punti di debolezza.

Complessivamente il sistema Simoo prende in considerazione ed analizza 19 variabili connesse ad ogni destinazione ed ai rispettivi prodotti turistici, ciascuna, a sua volta, ulteriormente descritta da specifiche informazioni di natura sia quantitativa che qualitativa. Per l'analisi preliminare presentata in questo report sono state considerate 4 dimensioni (tipologia prodotti turistici, turisticità, raggiungibilità e identità digitale) che consentono di descrivere, sotto un profilo sia quantitativo che qualitativo, la posizione della destinazione sia rispetto al sistema turistico in cui è collocato sia rispetto ad altri sistemi sulla base di predefiniti criteri di similarità. L'insieme dei valori assunti da tali indicatori, che possono assumere un profilo numerico oppure qualitativo, costituiscono lo scenario di riferimento per la costruzione dell'analisi SWOT in termini di punti di forza e debolezza della destinazione.

Analisi SWOT delle destinazioni della Liguria

Di seguito sono presentate due tipi di analisi cluster:

- A. nel primo caso, avendo come riferimento dell'analisi i valori medi regionali, sono considerate le sole destinazioni liguri raggruppate in 4 gruppi;**
- B. nel secondo caso, il contesto di riferimento è quello nazionale.**

A. I risultati dell'analisi cluster riferita alle sole destinazioni liguri

I gruppi: Gruppo "1": Cervo, Lerici, Levanto, Savona

Gruppo "2": Finale Ligure

Gruppo "3": Genova, Porto Fino, Sestri Levante

Gruppo "4": Golfo dell'Isola

Relativamente al raggruppamento 1 sono stati individuati elementi di similarità, oltre naturalmente al profilo balneare, espressi in particolare dalla «raggiungibilità» della destinazione espressa sotto i vari profili disponibili (presenza di stazioni ferroviarie, vicinanza alla rete autostradale, collegamenti con la rete nazionale degli autobus. D'altra parte, si tratta del gruppo di destinazioni le quali, pur a fronte dei più elevati indici di densità ricettiva, fa registrare un peso turistico relativamente più contenuto rispetto alle altre destinazioni della regione.

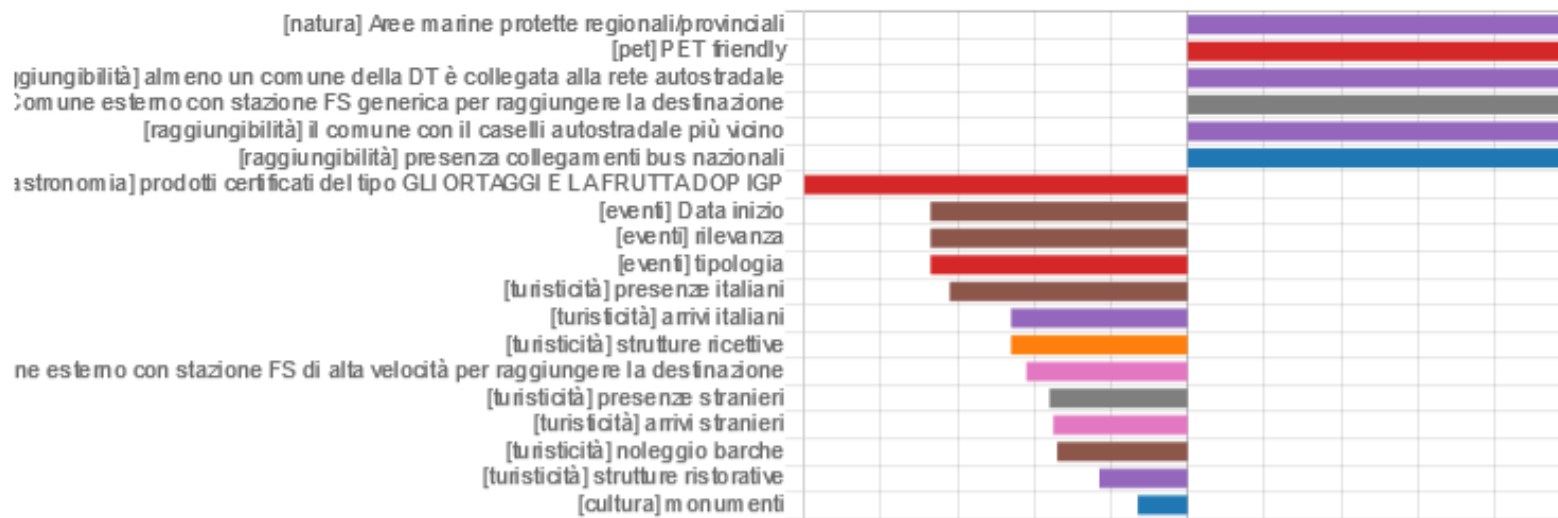
I gruppi 2 e 4 sono costituiti da una sola destinazione accomunate da un simile profilo digitale da una minore rilevanza della componente estera dei flussi turistici, confermata dai bassi indici di specializzazione internazionale di queste destinazioni rispetto alla media regionale.

Il raggruppamento 3 risulta caratterizzato da un maggior potenziale competitivo rispetto agli altri, sia in termini di visibilità e comunicazione (evidenziata dalla forte coesione sotto il profilo dell'identità digitale) sia della raggiungibilità (grazie ai collegamenti autostradali e alla prossimità di stazioni ad alta velocità)

Gruppo "1":

Coesione degli aspetti considerati: Gruppo 1

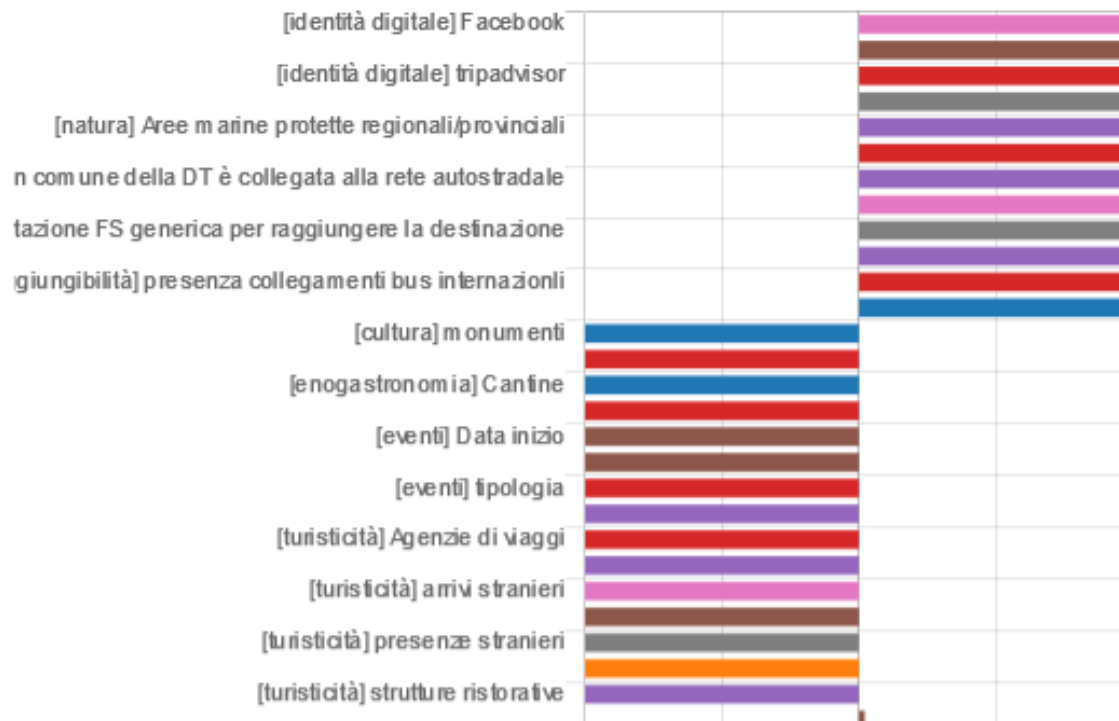
Seleziona gruppo: Gruppo 1 ▼



Gruppo "2":

Coesione degli aspetti considerati: Gruppo 2

Seleziona gruppo: Gruppo 2



Gruppo "3"

Coesione degli aspetti considerati: Gruppo 3

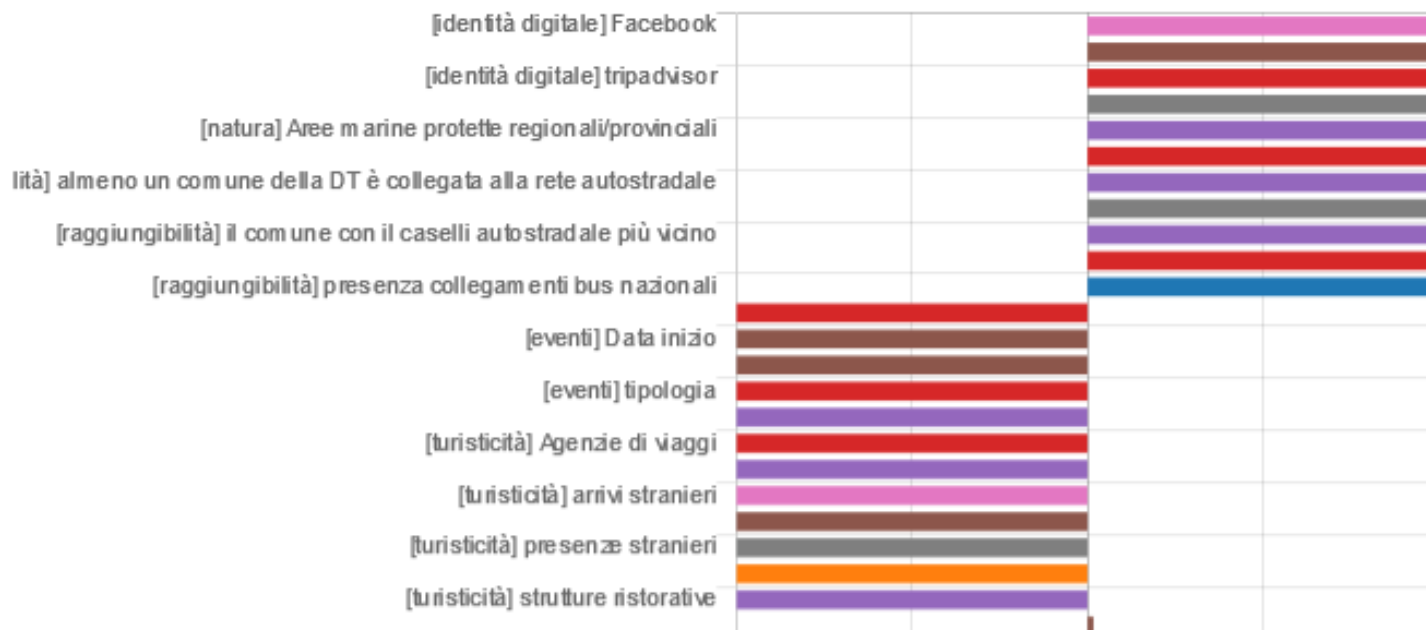
Seleziona gruppo: Gruppo 3



Gruppo "4"

Coesione degli aspetti considerati: Gruppo 4

Seleziona gruppo: Gruppo 4 ▼



Sintesi generale dell'analisi SWOT per le destinazioni della Liguria

Punti di forza	Punti di debolezza
<p>Tutti i gruppi: buona «raggiungibilità», espressa sotto i vari profili disponibili (presenza di stazioni ferroviarie, vicinanza alla rete autostradale, collegamenti con la rete nazionale degli autobus).</p> <p>Gruppo 3: identità digitale e forte capacità di attrarre flussi turistici sia nazionali che esteri grazie alla elevata varietà e differenziazione di prodotti turistici.</p>	<p>Gruppo 1: ridotto sfruttamento, relativamente alle altre destinazioni della elevata capacità turistica (espressa dagli alti indici di densità ricettiva).</p> <p>Gruppi 2 e 4: insufficiente identità digitale e basso sfruttamento della capacità di mercato di attrarre flussi turistici internazionali.</p> <p>Gruppo 3: l'offerta disponibile offre ulteriori spazi (rappresentati da moderati indici di pressione turistica) per un miglior posizionamento sui prodotti turistici offrendo una maggiore varietà di esperienze di vacanza (di cui potenzialmente già dispone).</p>

B. Esiti della cluster analysis e risultati preliminari della SWOT analysis (analisi nazionale)

Dimensioni di riferimento per l'analisi dei gruppi (cluster analysis) e definizione dei gruppi di destinazioni

Complessivamente il sistema Simoo prende in considerazione oltre 120 variabili caratterizzanti i prodotti turistici delle destinazioni raggruppate in macro dimensioni. Per l'analisi preliminare presentata in questo report sono state considerate 4 macro dimensioni:

1. tipologia prodotti turistici;
2. turisticità (comprende i principali aspetti legati alle strutture ricettive ed ai flussi turistici);
3. raggiungibilità (descrive accessibilità di una destinazione sotto il profilo della mobilità e della disponibilità di collegamenti e punti di accesso sia all'interno che all'esterno della destinazione);
4. identità digitale (indica la dotazione di siti web propri e la presenza sui social network).

Tali dimensioni consentono di descrivere, sotto un profilo sia quantitativo che qualitativo, la posizione della destinazione sia rispetto al sistema turistico in cui è collocata sia rispetto ad altri sistemi. Selezionando le quattro macro dimensioni menzionate le 150 destinazioni presenti sono state analizzate dal sistema Simoo ed organizzate in 8 raggruppamenti in base al grado di similarità (grado di coesione interna) esistente all'interno di ciascun gruppo (indicata con valori che vanno da 0 a 1 in caso di massima o -1 in caso di minima coesione). Ciascuno degli 8 gruppi presenta diversi aspetti che accomunano un certo numero di destinazioni rendendole «coese» al loro interno e nel contempo «distinte» da quelle presenti negli altri gruppi. I gruppi sono di seguito analizzati singolarmente.

I risultati dell'analisi cluster sono alla base anche dell'analisi SWOT che reinterpreta, sotto forma di punti di forza e punti di debolezza della destinazione, le caratteristiche di maggiore/minore coesione e similarità emersi dall'analisi cluster.

Si fa presente che l'analisi riportata è da intendersi come una fotografia istantanea complessiva delle destinazioni turistiche considerate che tiene conto delle informazioni, spesso ancora incomplete ed imprecise, disponibili al momento in cui è stata scattata. Dunque non come un esito definitivo e statico ma come preliminare risultato di un processo dinamico che si perfezionerà e si arricchirà di dettagli mano a mano che il sistema informativo che ne è alla base sarà alimentato con informazioni più puntuali e complete, anche di natura qualitativa.

Il presente report è stato predisposto con le informazioni disponibili al 21 dicembre 2020

Gruppi di appartenenza delle destinazioni liguri analizzate: gruppo 2

Le destinazioni della Liguria considerate sono 8. Nell'analisi cluster la destinazione "Golfo dell'Isola" è risultata inserita nel **gruppo 2** le cui caratteristiche sono descritte di seguito.

Descrizione

Gruppo 2: è composto da 19 destinazioni (Piemonte 6; Sicilia 3; Abruzzo, Calabria, Lombardia e Marche 2; Liguria e Basilicata 1). La varietà di prodotti turistici riconducibili a questo gruppo è piuttosto contenuta (in media poco più di due tipologie di prodotto) rispetto ad altre destinazioni. In questo raggruppamento coesistono prodotti apparentemente in contraddizione fra di loro, alcuni connessi all'"acqua" (per lo più turismo di tipo lacuale con relativa offerta di scuole di formazione per la navigazione a vela) altri connessi alla presenza di ambienti montani, alcuni attrezzati specificamente per la pratica delle discipline della neve. All'interno di questo gruppo sono comprese destinazioni a carattere collinare o prettamente montano, in cui una diffusa presenza di aree naturalistiche di vario genere si accompagna alla disponibilità di numerosi percorsi per il cicloturismo ma anche a località dotate di impiantistica e di infrastrutture a supporto del prodotto "neve" nella sua generalità. La diffusione di prodotti dell'enogastronomia è significativa anche se non risulta supportata da adeguati servizi accessori di valorizzazione (come ristorazione di alto livello, corsi di cucina, musei espositivi).

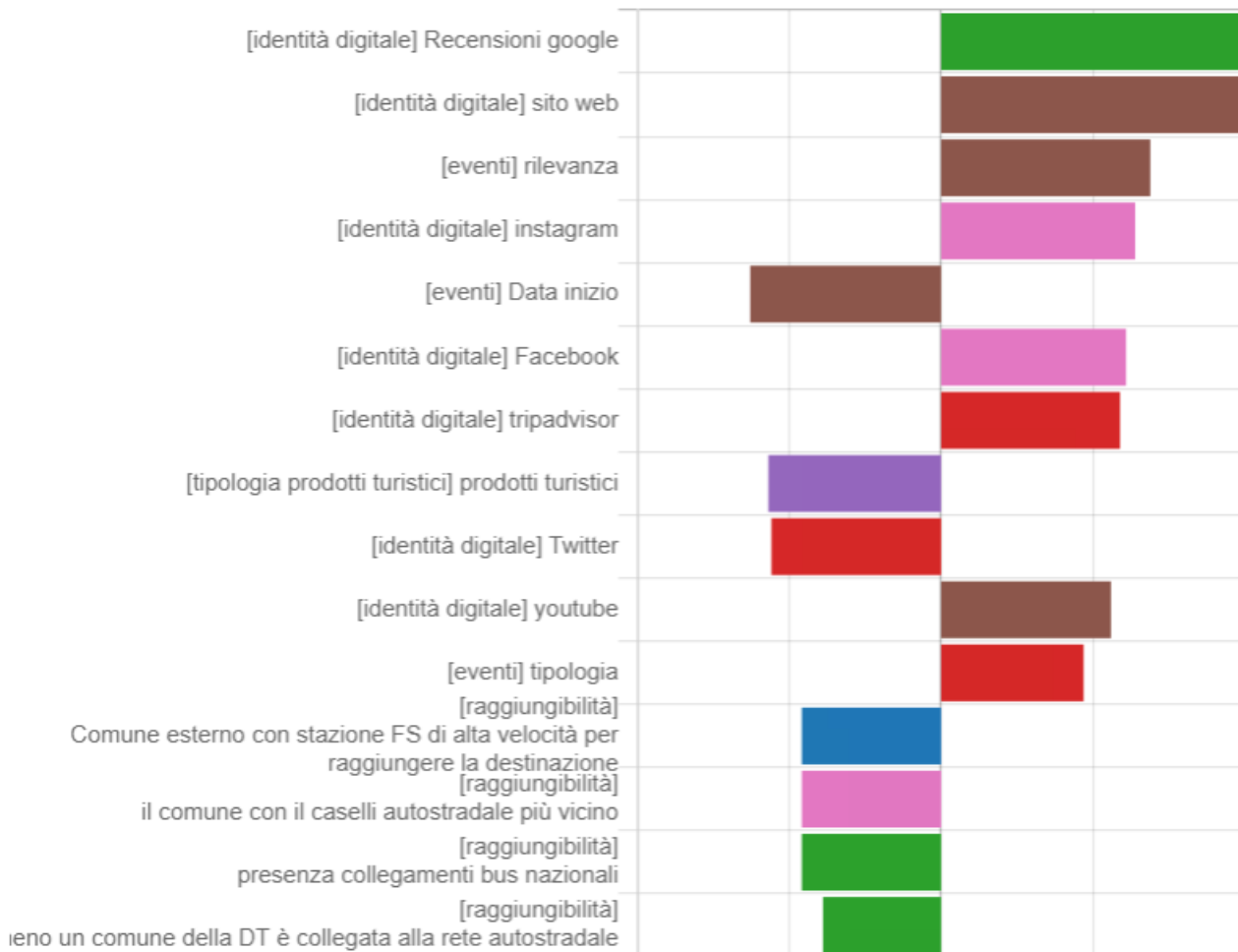
La raggiungibilità delle destinazioni non è particolarmente soddisfacente, forse a causa della collocazione prevalentemente montana di molte destinazioni, ed è in parte compensata da una discreta visibilità digitale che si esprime nella diffusa presenza di siti web dedicati della singola destinazione e ad una certa presenza sui principali profili social.

Coesione degli aspetti considerati: Gruppo 2

Seleziona gruppo: Gruppo 2



Gruppo 2: i
maggiori fattori
di similarità
delle
destinazioni



GRUPPO 2

Gruppo	Attributo	Media	Deviazione
Gruppo 2	[turisticità] presenze stranieri	392.627,53	676.862,86
Gruppo 2	[turisticità] presenze italiani	321.037,84	325.376,39
Gruppo 2	[turisticità] arrivi italiani	115.115,16	121.677,28
Gruppo 2	[turisticità] arrivi stranieri	113.704,90	184.144,50
Gruppo 2	[enogastronomia] Prodotti certificati del tipo ALLEVAMENTO E LAVORAZIONI CARNI DOP E IGP	1.023,68	2.417,05
Gruppo 2	[enogastronomia] prodotti certificati del tipo LATTE E LATTICINI DOP E IGP	547,37	1.427,42
Gruppo 2	[turisticità] strutture ricettive	266,84	336,51
Gruppo 2	[enogastronomia] prodotti certificati del tipo GLI ORTAGGI E LA FRUTTA DOP IGP	235,79	691,82
Gruppo 2	[turisticità] strutture ristorative	155,16	315,13
Gruppo 2	[ciclovie] km ciclovie	30,32	95,56
Gruppo 2	[enogastronomia] Cantine	21,05	51,29
Gruppo 2	[eventi] Durata	14,19	17,42
Gruppo 2	[turisticità] noleggio auto e minibus	13,42	28,43
Gruppo 2	[neve] numero di piste sci alpino	13,11	55,60
Gruppo 2	[turisticità] Agenzie di viaggi	12,37	23,02
Gruppo 2	[cultura] musei	10,21	12,60
Gruppo 2	[golf] n buche	9,47	18,58
Gruppo 2	[enogastronomia] Frantoi	7,90	33,50
Gruppo 2	[turisticità] noleggio barche	3,47	6,00
Gruppo 2	[eventi] Frequenza	3,13	2,50
Gruppo 2	[eventi] tipologia	3,13	1,80
Gruppo 2	[acqua] numero di stabilimenti	2,74	8,21
Gruppo 2	[eventi] rilevanza	2,53	0,64
Gruppo 2	[tipologia prodotti turistici] prodotti turistici	2,42	1,04
Gruppo 2	[natura] Parchi nazionali/regionali che non sono aree marine	1,74	3,67
Gruppo 2	[turisticità] noleggio bici	1,68	3,04
Gruppo 2	[eventi] Data inizio	1,63	0,60
Gruppo 2	[ciclovie] km ippovie	1,58	6,70
Gruppo 2	[enogastronomia] musei dei sapori (diversi da vino e olio)	1,58	6,70
Gruppo 2	[enogastronomia] musei del vino	1,58	6,70
Gruppo 2	[cultura] monumenti	1,11	2,17
Gruppo 2	[identità digitale] sito web	1,00	0,00
Gruppo 2	[acqua] km di costa complessivi	0,84	3,13
Gruppo 2	[raggiungibilità] presenza collegamenti bus nazionali	0,79	0,41
Gruppo 2	[raggiungibilità] almeno un comune della DT è collegata alla rete autostradale	0,74	0,44
Gruppo 2	[raggiungibilità] Comune esterno con stazione FS di alta velocità per raggiungere la destinazione	0,74	0,44
Gruppo 2	[raggiungibilità] il comune con il caselli autostradale più vicino	0,74	0,44
Gruppo 2	[identità digitale] Facebook	0,71	0,29
Gruppo 2	[eventi] cadenza annuale	0,69	0,58

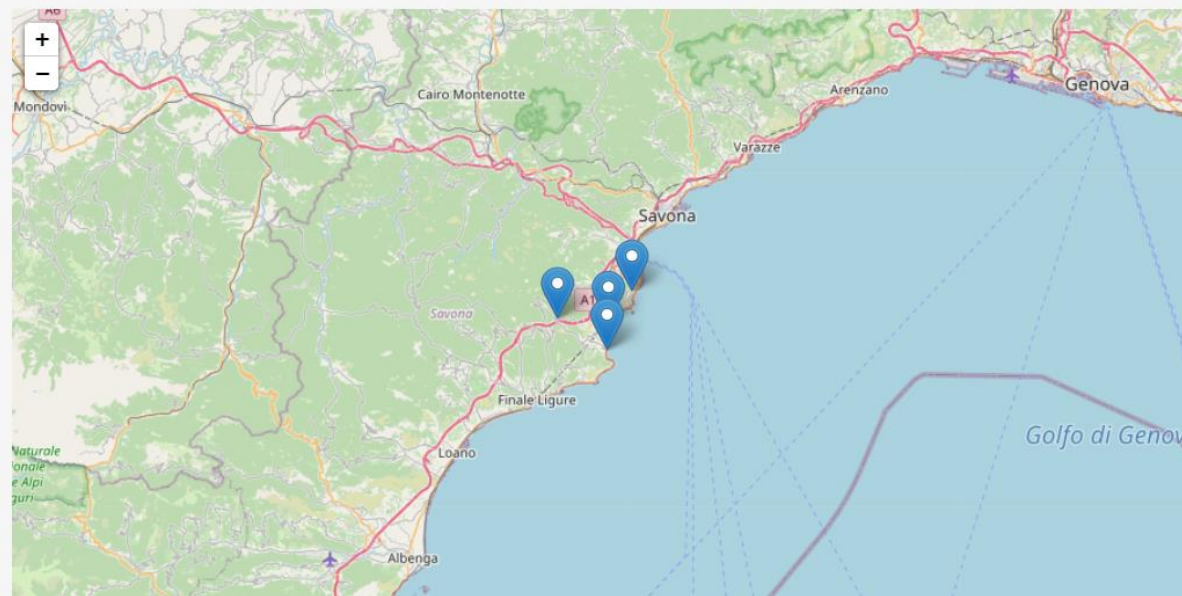
Gruppo	Attributo	Media	Deviazione
Gruppo 2	[identità digitale] tripadvisor	0,68	0,30
Gruppo 2	[golf] campi da golf	0,63	1,27
Gruppo 2	[natura] Numero di sentieri [range]	0,63	2,68
Gruppo 2	[svago relax natura e acqua] Parchi avventura	0,63	0,99
Gruppo 2	[identità digitale] youtube	0,58	0,28
Gruppo 2	[pet] PET friendly	0,58	0,49
Gruppo 2	[identità digitale] instagram	0,56	0,19
Gruppo 2	[cultura] aree archeologiche	0,53	0,82
Gruppo 2	[enogastronomia] Ristorazione di alto livello	0,53	2,23
Gruppo 2	[enogastronomia] scuole/corsi cucina	0,53	2,23
Gruppo 2	[raggiungibilità] Comune esterno con stazione FS generica per raggiungere la destinazione	0,53	0,50
Gruppo 2	[identità digitale] Twitter	0,51	0,24
Gruppo 2	[identità digitale] Recensioni google	0,50	0,00
Gruppo 2	[neve] KM piste sci alpino	0,47	2,01
Gruppo 2	[raggiungibilità] presenza collegamenti bus internazionali	0,42	0,49
Gruppo 2	[enogastronomia] Strada del Vino	0,32	0,47
Gruppo 2	[neve] N impianti di risalita	0,26	0,91
Gruppo 2	[business] Centri congressi e fieristici	0,21	0,52
Gruppo 2	[natura] Aree marine protette regionali/provinciali	0,21	0,89
Gruppo 2	[neve] numero di impianti di risalita aperti anche d'estate	0,21	0,89
Gruppo 2	[raggiungibilità] lista dei nomi delle app	0,21	0,52
Gruppo 2	[acqua] porti turistici	0,16	0,49
Gruppo 2	[cultura] chiese	0,16	0,37
Gruppo 2	[acqua] km di costa attrezzata	0,11	0,45
Gruppo 2	[acqua] Servizio scuole vela	0,11	0,45
Gruppo 2	[natura] aree naturalistiche tipo oasi	0,11	0,45
Gruppo 2	[svago relax natura e acqua] Parchi acquatici	0,11	0,31
Gruppo 2	[svago relax natura e acqua] Parchi faunistici	0,11	0,31
Gruppo 2	[acqua] porti	0,05	0,22
Gruppo 2	[enogastronomia] Strada dell'Olio	0,05	0,22
Gruppo 2	[enogastronomia] TO tour enogastronomici	0,05	0,22
Gruppo 2	[natura] altre aree naturalistiche	0,05	0,22
Gruppo 2	[neve] numero di impianti di risalita abilitati a trasporto di bike	0,05	0,22
Gruppo 2	[parchi] equitazione	0,05	0,22
Gruppo 2	[raggiungibilità] Aeroporti più vicini	0,05	0,22
Gruppo 2	[termale] SPA	0,05	0,22

Le destinazioni turistiche delle Riviere di Liguria

Sito web	https://www.comune.bergeggi.gov.it http://www.comune.vezziportio.gov.it http://www.comunenoli.gov.it http://www.comune.spotorno.sv.it
Ente gestore	Comuni di Bergeggi - Noli - Spotorno - Vezzi Portio
DMO, DMC o ambito	Il Golfo dell'Isola
Sito DMO	https://www.ilgolfodellisola.it/
Note	

Comprendorio

Comuni BERGEGGI NOLI SPOTORNO VEZZI PORTIO



Analisi SWOT della destinazione Gruppo 2: GOLFO DELL'ISOLA

DIMENSIONI

PUNTI DI FORZA

PUNTI DI DEBOLEZZA

TURISTICITÀ

Forte capacità ricettiva, per quanto particolarmente concentrata a livello geografico. Gli indicatori di turisticità evidenziano una rilevante presenza di turismo domestico. Permanenza media superiore a quella media delle destinazioni considerate. E' presente un ente gestore specifico della destinazione.

Scarsa presenza di turismo internazionale. Forte pressione turistica.
La disponibilità ricettiva è scarsamente sfruttata (l'indice di utilizzo lordo è 24%, inferiore sia alla media delle altre destinazioni, sia alla media regionale).

IDENTITÀ DIGITALE

Discreta ma incompleta visibilità digitale che si esprime nella presenza di un sito web dedicato della singola destinazione ma in una copertura limitata solo ad alcuni dei social disponibili.

RAGGIUNGIBILITÀ

La raggiungibilità delle destinazioni è discreta, esiste una stazione interna alla destinazione e collegamenti con la rete autostradale.

PRODOTTI TURISTICI

L'attrattività della destinazione è incentrata sugli aspetti naturalistici e sulle "immersioni" come prodotto, che potrebbero tuttavia essere maggiormente connessi ed integrati con altri elementi pur presenti nella destinazione come la discreta dotazione di produzioni certificate e di vini di qualità cui non corrispondono servizi di supporto e di visibilità (musei, scuole di cucina, etc).

Gruppi di appartenenza delle destinazioni liguri analizzate: gruppo 3

Le destinazioni della Liguria considerate sono 8. Nell'analisi cluster le destinazioni "Cervo, Lerici, Levanto, Savona" sono risultate inserite nel **gruppo 3** le cui caratteristiche sono descritte di seguito.

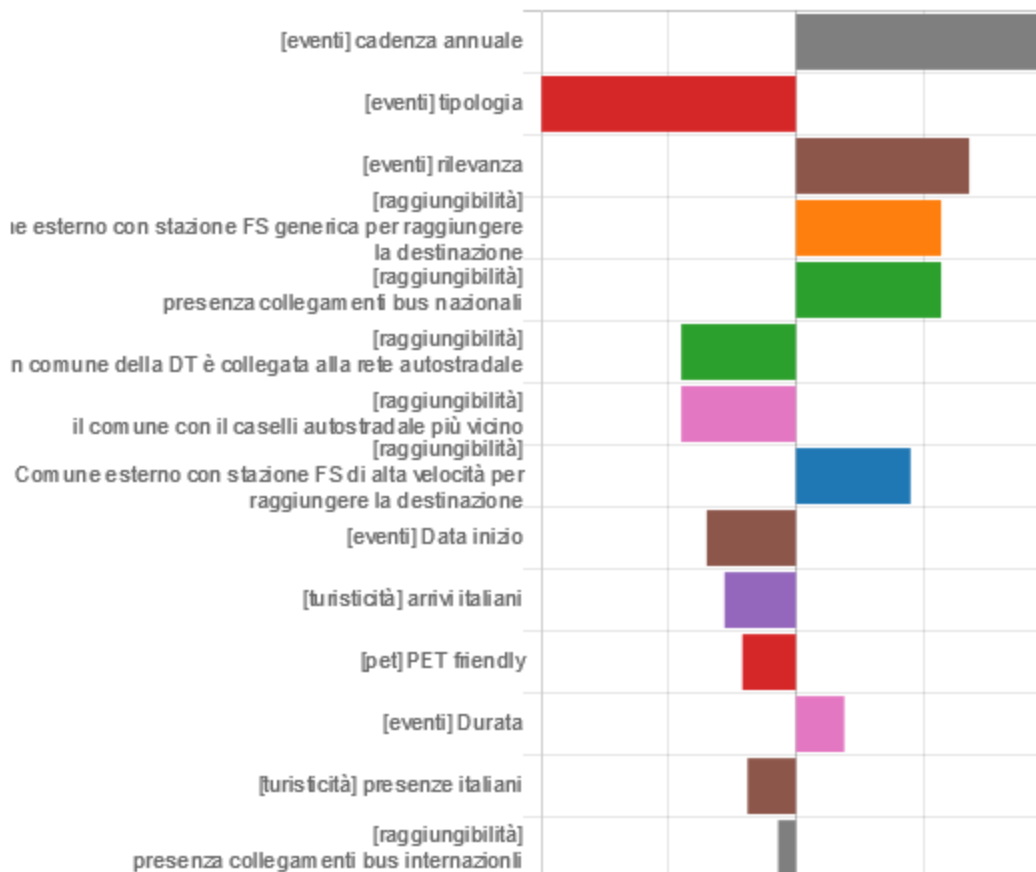
Descrizione

Gruppo 3: è composto da 13 destinazioni (Puglia e Liguria 4; Marche 2; Calabria, Sardegna e Toscana 1). Con eccezione di Montefeltro e Prato, in questo gruppo sono comprese destinazioni che si affacciano interamente sul mare concentrate sulla costa pugliese e ligure. Nonostante ciò, nell'offerta turistica delle destinazioni presenti il prodotto "acqua" risulta assente in ogni sua forma, mentre l'attrattività turistica sembra affidata per lo più ad una serie di eventi di rilievo nazionale che si organizzano con cadenza annuale coprendo un elevato numero di giornate in diversi periodi dell'anno. Va rilevata anche, all'interno delle destinazioni la presenza di un apprezzabile patrimonio della cultura materiale e in parte anche di produzioni dell'enogastronomia locale, per quanto in misura molto inferiore alle destinazioni presenti in altri gruppi. La raggiungibilità è mediamente buona, affidata diffusamente sia alla rete stradale che a quella ferroviaria. Il grado di turisticità - espresso dalla disponibilità di servizi di supporto e dall'entità dei flussi turistici - è particolarmente modesto e rivela numerose lacune comparativamente alle altre destinazioni analizzate.

Gruppo 3: i maggiori fattori di similarità delle destinazioni

Coesione degli aspetti considerati: Gruppo 3

Seleziona gruppo: Gruppo 3



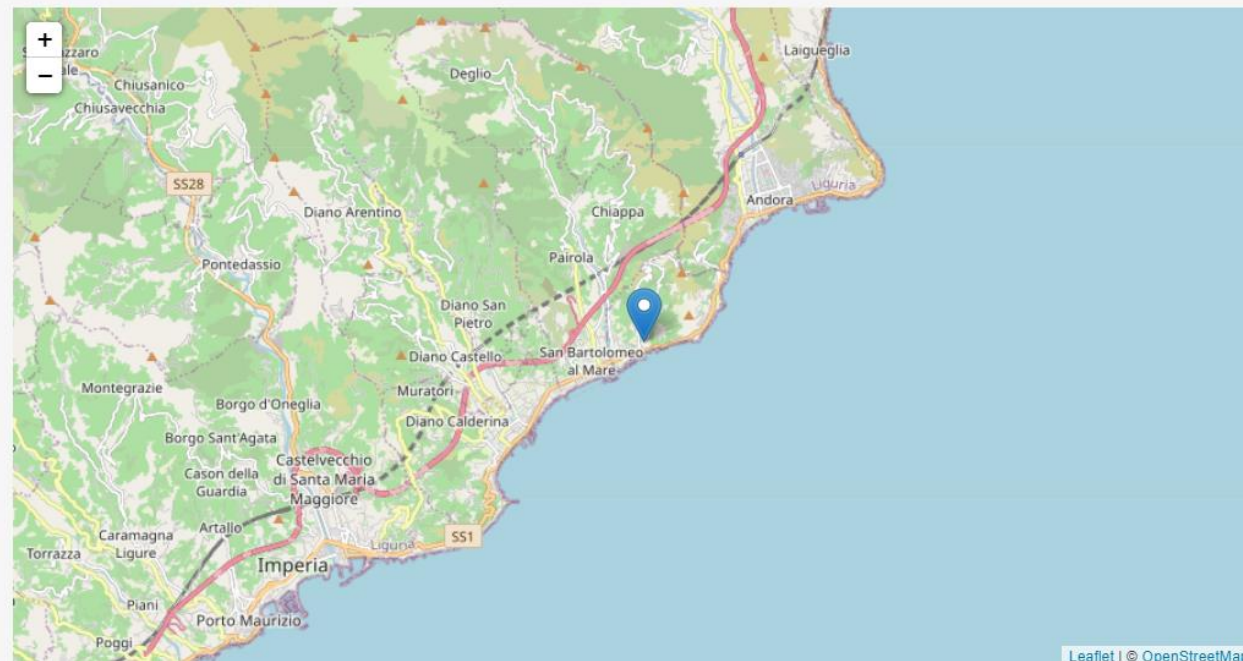
Gruppo 3: gli attributi/variabili che contraddistinguono le destinazioni

	Media	Variazione		Media	Variazione
[turisticità] presenze italiani	262.614,23	214.007,36	[cultura] monumenti	1,31	1,68
[turisticità] presenze stranieri	164.152,08	188.836,31	[turisticità] noleggio bici	1,23	1,80
[turisticità] arrivi italiani	69.826,46	49.998,87	[eventi] cadenza annuale	1,00	0,00
[turisticità] arrivi stranieri	49.921,00	55.491,66	[eventi] tipologia	1,00	0,00
[turisticità] strutture ricettive	177,31	189,07	[natura] Parchi nazionali/regionali che non sono aree marine	1,00	1,41
[enogastronomia] Prodotti certificati del tipo ALLEVAMENTO E LAVORAZIONI CARNI DOP E IGP	121,54	281,45	[raggiungibilità] Comune esterno con stazione FS generica per raggiungere la destinazione	0,85	0,36
[turisticità] strutture ristorative	57,77	106,00	[raggiungibilità] presenza collegamenti bus nazionali	0,85	0,36
[eventi] Durata	53,80	43,51	[raggiungibilità] almeno un comune della DT è collegata alla rete autostradale	0,77	0,42
[enogastronomia] prodotti certificati del tipo LATTE E LATTICINI DOP E IGP	42,31	132,44	[raggiungibilità] Comune esterno con stazione FS di alta velocità per raggiungere la destinazione	0,77	0,42
[enogastronomia] prodotti certificati del tipo GLI ORTAGGI E LA FRUTTA DOP IGP	13,08	14,88	[raggiungibilità] il comune con il caselli autostradale più vicino	0,77	0,42
[turisticità] noleggio auto e minibus	5,92	6,91	[pet] PET friendly	0,62	0,49
[cultura] musei	5,08	6,55	[cultura] aree archeologiche	0,54	0,84
[turisticità] Agenzie di viaggi	4,69	5,27	[raggiungibilità] presenza collegamenti bus internazionali	0,54	0,50
[enogastronomia] Cantine	4,62	6,34	[natura] Aree marine protette regionali/provinciali	0,39	0,49
[eventi] Frequenza	4,40	4,54	[cultura] chiese	0,23	0,42
[turisticità] noleggio barche	3,77	5,16	[business] Centri congressi e fieristici	0,15	0,53
[eventi] rilevanza	2,96	0,94	[natura] Numero di sentieri [range]	0,15	0,53
[eventi] Data inizio	1,80	1,17	[svago relax natura e acqua] Parchi avventura	0,15	0,36
[enogastronomia] prodotti certificati del tipo CEREALI, PANE, PASTA E DOLCI	1,54	5,33	[enogastronomia] Strada del Vino	0,08	0,27
[golf] n buche	1,39	4,80	[enogastronomia] Strada dell'Olio	0,08	0,27
			[golf] campi da golf	0,08	0,27
			[raggiungibilità] Aeroporti più vicini	0,08	0,27

Le destinazioni turistiche delle Riviere di Liguria

Sito web www.cervo.com
Ente gestore Comune di Cervo
DMO, DMC o ambito
Sito DMO
Note

Comprensorio Golfo Dianese
Comuni CERVO



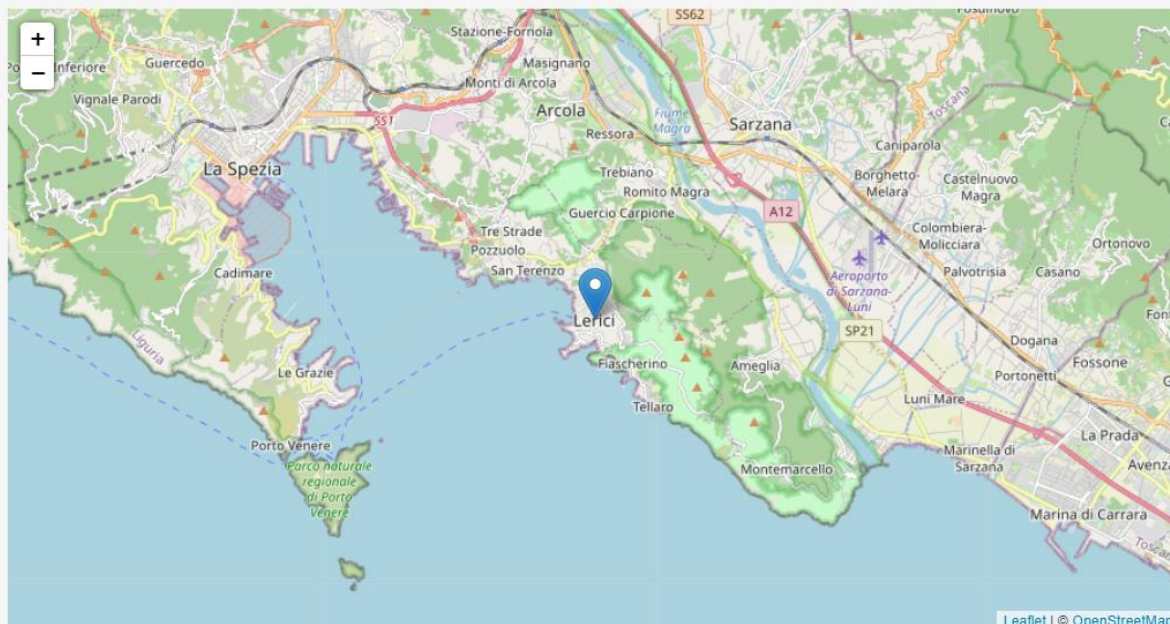
4.4 Analisi SWOT della destinazione Gruppo 3 CERVO

DIMENSIONI	PUNTI DI FORZA	PUNTI DI DEBOLEZZA
TURISTICITÀ	<p>Buona capacità ricettiva: gli indicatori di turisticità sono i più elevati tra le destinazioni considerate, sia in termini di superficie che di popolazione, con quasi esclusivo riferimento alla disponibilità extralberghiera. Esiste anche una buona offerta di agenzie di viaggio. La presenza di turismo internazionale è, in termini relativi, tra le più elevate all'interno destinazioni considerate. La permanenza media supera le sei notti ed è particolarmente nel confronto regionale.</p>	<p>La disponibilità ricettiva è scarsamente sfruttata (l'indice di utilizzo lordo è 11%, pari a circa un terzo della media delle destinazioni regionali). Non risulta nessun ente gestore specifico della destinazione.</p>
IDENTITÀ DIGITALE		<p>In base alle informazioni disponibili la destinazione non risulta disporre di sito web dedicato né di profili sui principali canali social.</p>
RAGGIUNGIBILITÀ		<p>Per quanto di modestissima dimensione geografica, la destinazione non sembra beneficiare di un buon livello di raggiungibilità: le stazioni ferroviarie disponibili sono esterne alla destinazione e non compaiono collegamenti con la rete autostradale.</p>
PRODOTTI TURISTICI		<p>Pur trovandosi sulla costa non risultano prodotti direttamente connessi con il prodotto "acqua". Oltre al borgo in sé vi sono eventi di rilievo internazionale, ma sembra carente la comunicazione affidata ai canali social. Carenze di servizi specifici per le esperienze di vacanza proposte in particolare con riferimento ai prodotti connessi alla conoscenza della storia e cultura della produzione artigianale locale.</p>

Le destinazioni turistiche delle Riviere di Liguria

Sito web	http://www.comune.lerici.sp.it/
Ente gestore	Comune di Lerici
DMO, DMC o ambito	Golfo dei Poeti
Sito DMO	
Note	

Comprendorio	La Spezia
Comuni	LERICI



4.4 Analisi SWOT della destinazione

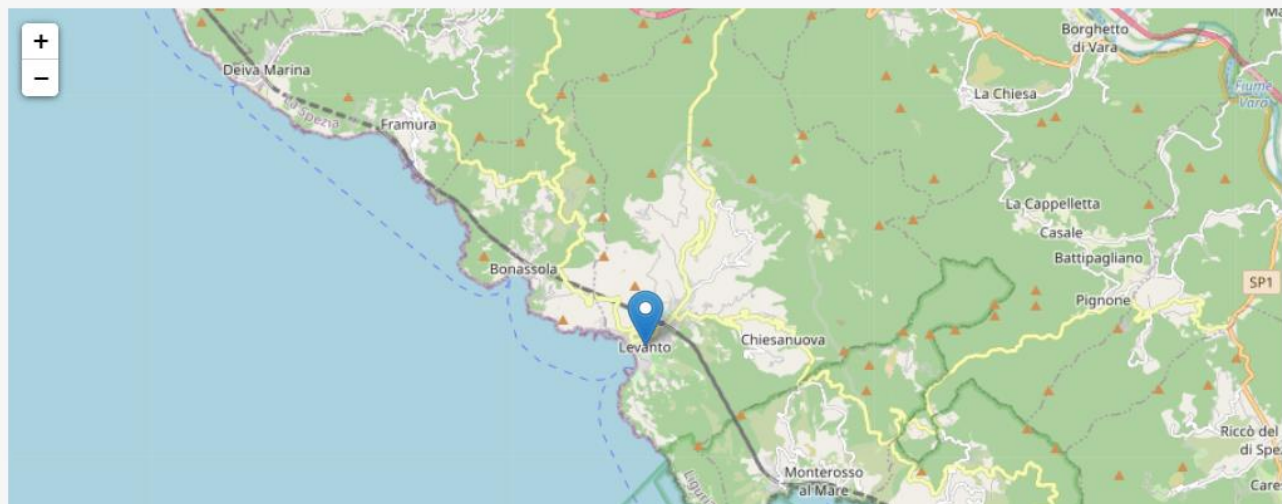
Gruppo 3: LERICI

DIMENSIONI	PUNTI DI FORZA	PUNTI DI DEBOLEZZA
TURISTICITÀ	<p>Buona capacità ricettiva, ben distribuita tra alberghiero ed extralberghiero. La densità ricettiva è tra le più alte tra quelle registrate. La presenza di turismo internazionale è, in termini relativi, tra le più elevate all'interno destinazioni considerate. La disponibilità ricettiva è notevolmente sfruttata (l'indice di utilizzo lordo è 53%).</p> <p>E' presente un ente gestore della destinazione.</p>	<p>La disponibilità ricettiva è scarsamente sfruttata (l'indice di utilizzo lordo è 27%, in linea con la media regionale ma inferiore al livello medio delle altre destinazioni regionali).</p> <p>Bassa presenza di turismo internazionale.</p>
IDENTITÀ DIGITALE		<p>In base alle informazioni disponibili la destinazione non risulta disporre di sito web dedicato né di profili sui principali canali social.</p>
RAGGIUNGIBILITÀ		<p>La raggiungibilità non è particolarmente elevata, affidata per lo più ad alcuni collegamenti con bus nazionali ed a stazioni ferroviarie esterne alla destinazione.</p>
PRODOTTI TURISTICI		<p>Presenza di un apprezzabile patrimonio della cultura materiale e in parte anche di produzioni dell'enogastronomia locale ma sono assenti o carenti servizi specifici per le esperienze di vacanza proposte.</p>

Le destinazioni turistiche delle Riviere di Liguria

Descrizione	Il paese di Levanto è di antica fondazione, adagiato in una valle ricoperta da ulivi, viti e pini ed affacciato direttamente sul mare. Le dorsali della vallata finiscono in mare col promontorio del Mesco e la punta di Levanto. Parte del suo territorio rientra inoltre nel Parco Nazionale delle Cinque Terre e dell'Area marina protetta Cinque Terre.
Sito web	http://www.comune.levanto.sp.it/
Ente gestore	COMUNE DI LEVANTO
DMO, DMC o ambito	
Sito DMO	
Note	

Comprensorio La Spezia
Comuni LEVANTO



<http://www.revealsrl.it/simoo/gui/>

4.4 Analisi SWOT della destinazione

Gruppo 3: LEVANTO

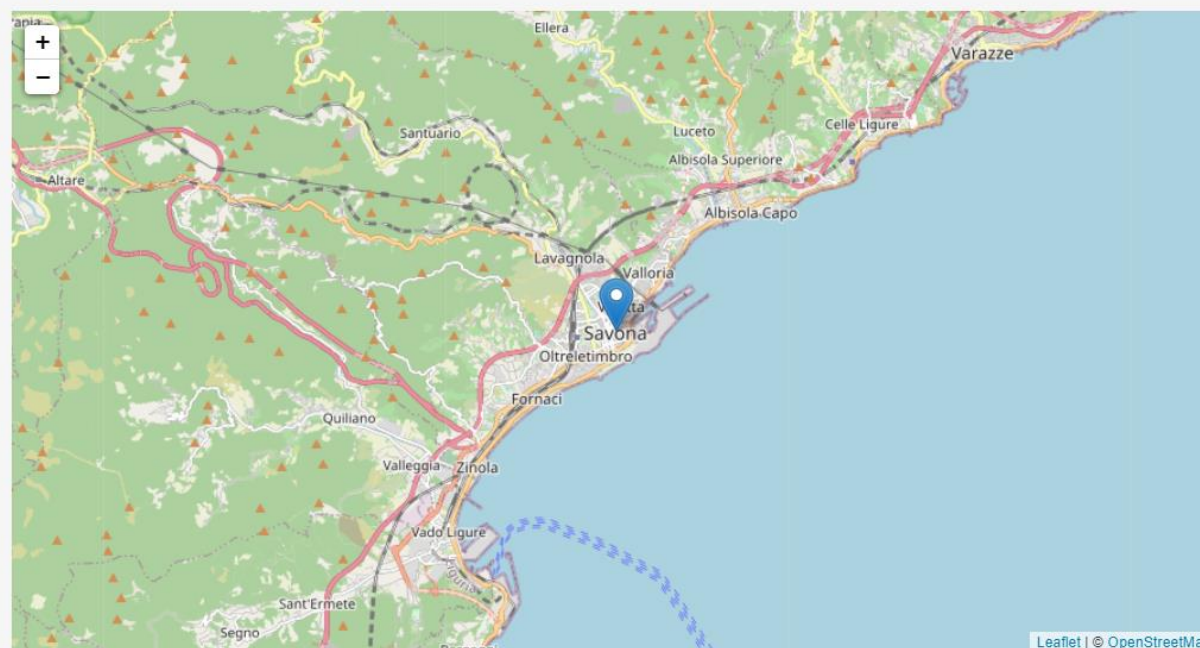
DIMENSIONI	PUNTI DI FORZA	PUNTI DI DEBOLEZZA
TURISTICITÀ	<p>Buona capacità ricettiva, in particolare nel comparto extralberghiero. Il tasso di ricettività in rapporto alla popolazione è tra i più elevati per le destinazioni considerate. La disponibilità ricettiva è notevolmente sfruttata (l'indice di utilizzo lordo è 37%). La presenza di turismo internazionale è, in termini relativi, tra le più elevate all'interno destinazioni considerate.</p>	<p>Non risulta nessun ente gestore specifico della destinazione. L'elevata pressione turistica ha un impatto significativo in termini di sostenibilità.</p>
IDENTITÀ DIGITALE		
RAGGIUNGIBILITÀ	<p>La raggiungibilità della destinazione è buona ed è connessa a tutte le modalità di trasporto.</p>	
PRODOTTI TURISTICI		<p>All'interno delle destinazioni si registra la presenza di un apprezzabile patrimonio della cultura materiale e in parte anche di produzioni dell'enogastronomia locale, per quanto in misura molto inferiore ad altre, che tuttavia non risulta mappato e considerato come prodotto turistico.</p>

Le destinazioni turistiche delle Riviere di Liguria

Sito web <https://www.comune.savona.it/>, [it/https://visitsavona.com/it/](https://visitsavona.com/it/)
Ente gestore Comune di Savona
DMO, DMC o ambito
Sito DMO
Note

Comprendorio

Comuni SAVONA



<http://www.revealsrl.it/simoo/gui/>

4.4 Analisi SWOT della destinazione Gruppo 3: SAVONA

DIMENSIONI	PUNTI DI FORZA	PUNTI DI DEBOLEZZA
TURISTICITÀ		L'offerta ricettiva potrebbe essere sviluppata (gli indicatori di ricettività, tenuto conto della superficie e della popolazione, sono inferiori alle altre destinazioni). Il turismo internazionale è meno diffuso rispetto alla media delle destinazioni liguri.
IDENTITÀ DIGITALE		In base alle informazioni disponibili la destinazione non risulta disporre di sito web dedicato né di profili sui principali canali social.
RAGGIUNGIBILITÀ	La destinazione ha una buona raggiungibilità rispetto a tutte le tipologie di collegamento considerate.	
PRODOTTI TURISTICI		Vale ancor più per Savona quanto sottolineato per le altre destinazioni ricadenti all'interno del gruppo 3: la città registra la presenza di un notevole numero di risorse riconducibili alla cultura materiale e in parte anche a prodotti dell'enogastronomia locale che tuttavia non risultano considerati e valorizzati come prodotto turistico.

Gruppi di appartenenza delle destinazioni liguri analizzate: gruppo 6

Le destinazioni della Liguria considerate sono 8. Nell'analisi cluster le destinazioni "Genova, Portofino, Sestri Levante" sono risultate inserite nel **gruppo 6** le cui caratteristiche sono descritte di seguito.

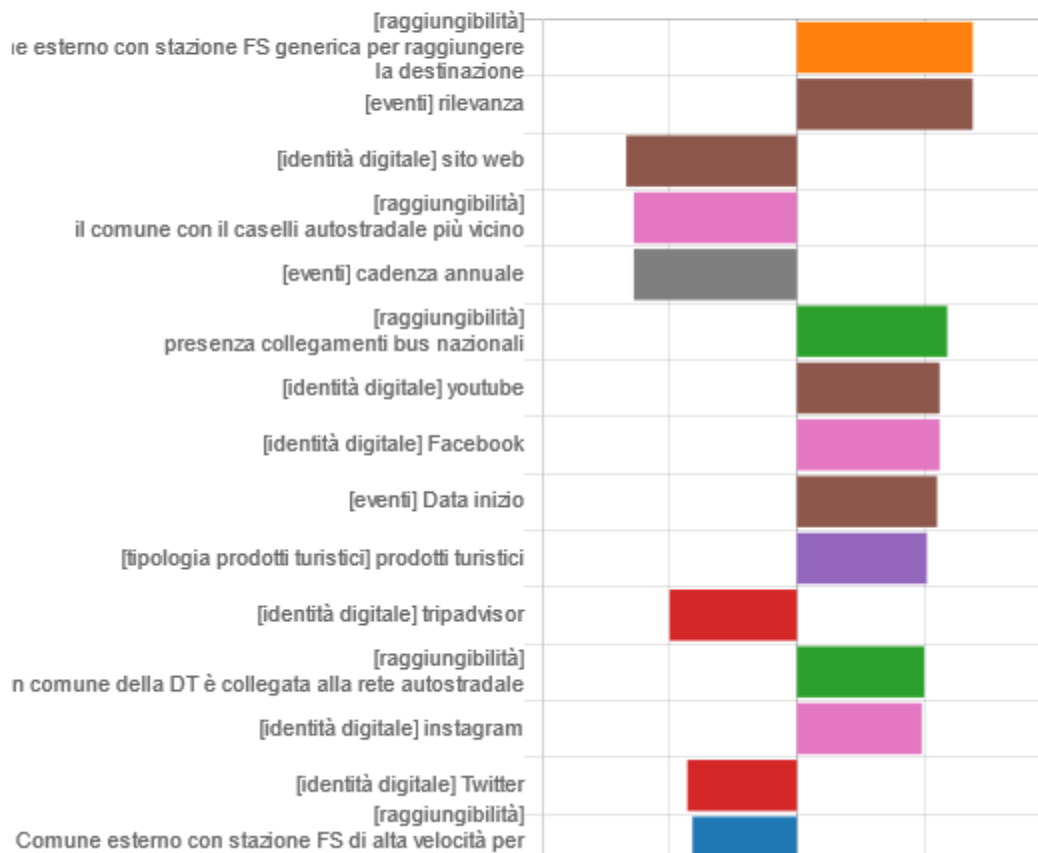
Descrizione

Gruppo 6 è composto da 45 destinazioni (Veneto 12; Lombardia 8; Friuli V. G. 5; Marche 4; Calabria, Sicilia, Umbria e Liguria 3; Toscana 2; Sardegna e Lazio 1). Si tratta del gruppo che comprende alcune delle destinazioni turisticamente più mature e qualificate del paese, con le maggiori e diffuse caratteristiche di turisticità legate a numerosi servizi accessori e ad all'apporto di ingenti flussi turistici, con una prevalente componente internazionale. All'interno di questo gruppo coesistono aree montane specializzate nel turismo della neve e nel turismo naturalistico/sportivo (parchi nazionali, importanti reti sentieristiche, scuole di arrampicata), importanti località di mare (con diverse aree marine protette), grandi città come Milano e centri urbani di medie dimensioni come Perugia, mete dedicate al benessere ed alla salute. Queste destinazioni hanno, in media, non solo una buona raggiungibilità sotto il profilo dei trasporti ma anche una significativa visibilità su tutti i principali canali di comunicazione digitali. Il turismo enogastronomico e culturale è supportato dalla notevole presenza di realtà produttive (cantine e frantoi) e di servizi (in particolare risalta il numero dei servizi di ristorazione di alto livello e quello delle scuole di cucina) oltre dall'elevato numero di eventi distribuiti lungo l'intero corso dell'anno.

Gruppo 6 : i maggiori fattori di similarità delle destinazioni

Coesione degli aspetti considerati: Gruppo 6

Seleziona gruppo: Gruppo 6



Gruppo 6: gli attributi/variabili che contraddistinguono le destinazioni

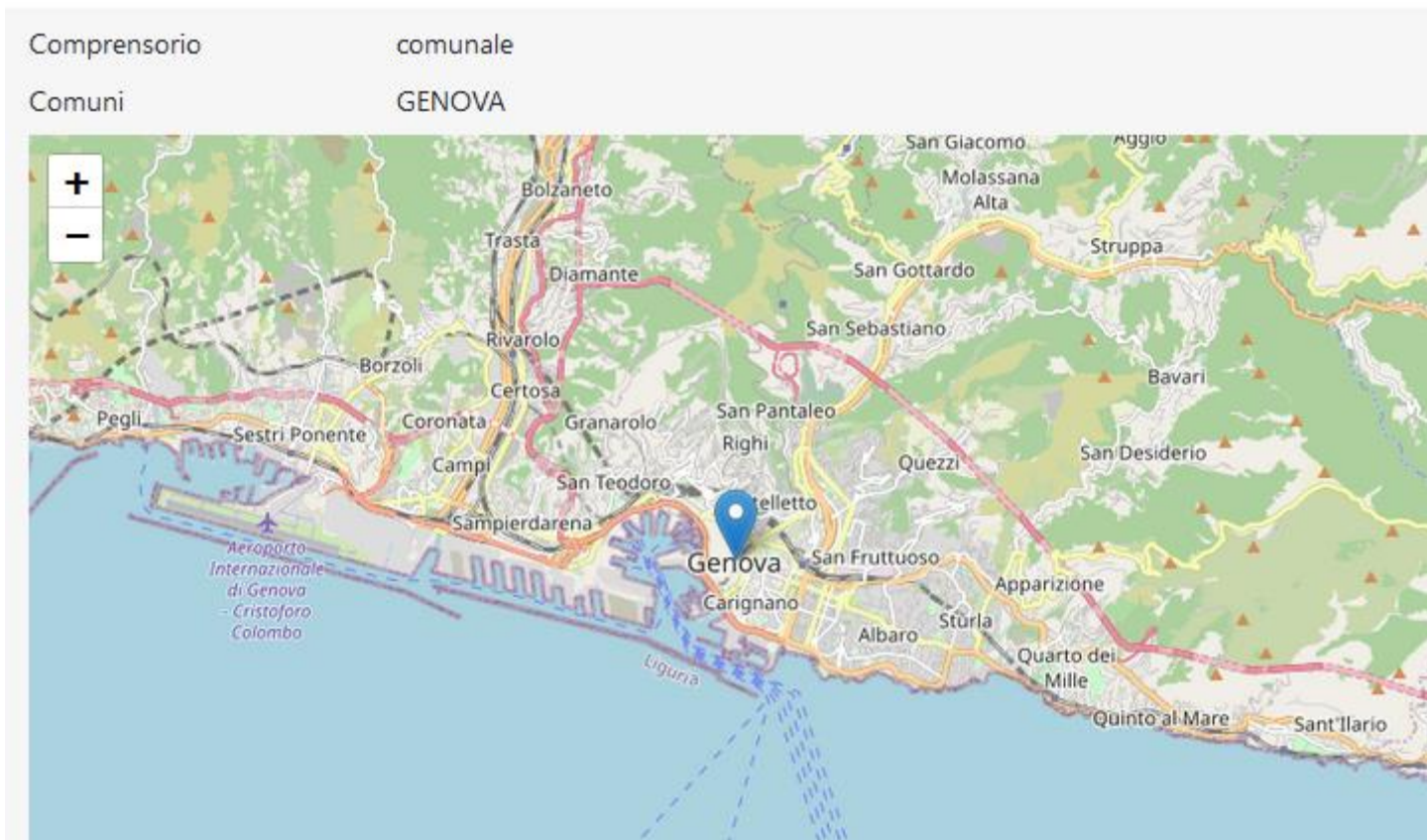
	Media	Variazione
[acqua] charter nautico	4,0	13,3
[acqua] km di costa attrezzata	3,3	7,8
[acqua] km di costa complessivi	4,2	8,3
[acqua] numero di stabilimenti	17,8	66,0
[acqua] numero posti barca	141,2	529,7
[acqua] Pescaturismo	0,6	1,8
[acqua] porti	0,1	0,3
[acqua] porti turistici	0,4	1,2
[acqua] Servizio scuole surf, kitesurf, windsurf	0,3	1,4
[acqua] Servizio scuole vela	0,8	3,0
[business] Centri congressi e fieristici	1,2	3,6
[business] Convention Bureau	0,1	0,3
[cultura] aree archeologiche	0,3	0,6
[cultura] chiese	0,2	0,4
[cultura] monumenti	2,1	2,7
[cultura] musei	10,0	9,7

	Media	Variazione
[enogastronomia] Cantine	12,7	22,6
[enogastronomia] Frantoi	14,9	44,3
[enogastronomia] musei dei sapori (diversi da vino e olio)	0,2	1,5
[enogastronomia] musei del vino	0,4	2,1
[enogastronomia] musei dell'olio	0,7	3,3
[enogastronomia] Prodotti certificati del tipo ALLEVAMENTO E LAVORAZIONI CARNI DOP E IGP	243,6	412,6
[enogastronomia] prodotti certificati del tipo CEREALI, PANE, PASTA E DOLCI	14,4	65,5
[enogastronomia] prodotti certificati del tipo GLI ORTAGGI E LA FRUTTA DOP IGP	40,7	61,5
[enogastronomia] prodotti certificati del tipo LATTE E LATTICINI DOP E IGP	134,0	283,7
[enogastronomia] Ristorazione di alto livello	73,1	192,4
[enogastronomia] scuole/corsi cucina	46,2	146,7
[enogastronomia] Strada del Vino	0,2	0,4
[enogastronomia] Strada dell'Olio	0,0	0,1
[enogastronomia] TO tour enogastronomici	0,4	0,7
[eventi] cadenza annuale	1,0	0,3
[eventi] Data inizio	1,9	1,1
[eventi] Durata	56,7	73,4
[eventi] Frequenza	15,1	41,4
[eventi] rilevanza	2,2	0,7
[eventi] tipologia	3,3	2,4

Gruppo 6: gli attributi/variabili che contraddistinguono le destinazioni

	Media	Variazione		Media	Variazione
[golf] campi da golf	0,6	0,9	[raggiungibilità] Aeroporti più vicini	0,2	0,4
[golf] n buche	8,6	14,6	[raggiungibilità] almeno un comune della DT è collegata alla rete autostradale	0,9	0,3
[identità digitale] Facebook	0,9	0,2	[raggiungibilità] Comune esterno con stazione FS di alta velocità per raggiungere la destinazione	0,8	0,4
[identità digitale] instagram	0,8	0,3	[raggiungibilità] Comune esterno con stazione FS generica per raggiungere la destinazione	0,9	0,2
[identità digitale] Recensioni google	0,7	0,4	[raggiungibilità] il comune con il caselli autostradale più vicino	0,9	0,3
[identità digitale] sito web	0,9	0,2	[raggiungibilità] lista dei nomi delle app	1,2	2,3
[identità digitale] tripadvisor	0,8	0,3	[raggiungibilità] presenza collegamenti bus internazionli	0,7	0,4
[identità digitale] Twitter	0,8	0,3	[raggiungibilità] presenza collegamenti bus nazionali	0,9	0,2
[identità digitale] youtube	0,8	0,3	[raggiungibilità] punto informativo PIT	49,8	97,7
[natura] altre aree naturalistiche	0,2	1,1	[svago relax natura e acqua] Parchi acquatici	0,2	0,6
[natura] Aree marine protette regionali/provinciali	0,5	1,6	[svago relax natura e acqua] Parchi avventura	0,4	0,6
[natura] aree naturalistiche tipo oasi	0,2	0,6	[svago relax natura e acqua] Parchi divertimenti e tematici	0,2	0,4
[natura] Numero di sentieri [range]	4,4	15,0	[svago relax natura e acqua] Parchi faunistici	0,1	0,5
[natura] Parchi nazionali/regionali che non sono aree marine	1,8	3,2	[termale] servizi per la Salute	2,3	14,7
[natura] Servizio scuole arrampicata	0,0	0,3	[termale] SPA	0,0	0,1
[neve] % di piste con innevamento artificiale	6,8	26,2	[termale] stabilimenti termali	2,3	14,7
[neve] KM piste fondo	2,3	10,4	[tipologia prodotti turistici] prodotti turistici	3,2	2,2
[neve] KM piste sci alpino	5,8	30,6	[turisticità] Agenzie di viaggi	21,9	56,3
[neve] N impianti di risalita	1,6	8,5	[turisticità] arrivi italiani	229.846	350.018
[neve] numero di impianti di risalita aperti anche d'estate	0,2	0,7	[turisticità] arrivi stranieri	266.238	608.053
[neve] numero di piste sci alpino	3,2	16,8	[turisticità] noleggio auto e minibus	16	36
[neve] numero di piste sci di fondo	0,2	1,0	[turisticità] noleggio barche	8	12
[pet] PET friendly	0,7	0,5	[turisticità] noleggio bici	2	3
			[turisticità] presenze italiani	689.925	800.783
			[turisticità] presenze stranieri	1.033.228	2.157.278
			[turisticità] strutture ricettive	825,6	3490,3
			[turisticità] strutture ristorative	149,7	230,4

Le destinazioni turistiche delle Riviere di Liguria



Analisi SWOT della destinazione Gruppo 6: GENOVA

DIMENSIONI	PUNTI DI FORZA	PUNTI DI DEBOLEZZA
TURISTICITÀ	Notevole offerta ricettiva, soprattutto alberghiera, associata ad un elevato indice di utilizzo (48 presenze giornaliere per 100 abitanti). Significativa presenza di turismo internazionale.	La permanenza media (2 notti) è più bassa rispetto alle altre destinazioni.
IDENTITÀ DIGITALE	La destinazione ha una buona presenza web ed una presenza su tutti i principali social media.	
RAGGIUNGIBILITÀ	La destinazione ha una buona raggiungibilità rispetto a tutte le tipologie di collegamento considerate.	
PRODOTTI TURISTICI	Ha ottime potenzialità rispetto a un fronte molto ampio in termini di prodotti turistici che se adeguatamente sviluppati potrebbero stimolare ulteriore attrattività verso i mercati turistici. L'offerta enogastronomica potrebbe trovare ulteriore sviluppo e valorizzazione con una maggiore visibilità (musei e spazi dedicati) e connettendole con opportunità di esperienze turistiche basate su servizi innovativi e con altri prodotti quali turismo nautico e shopping.	

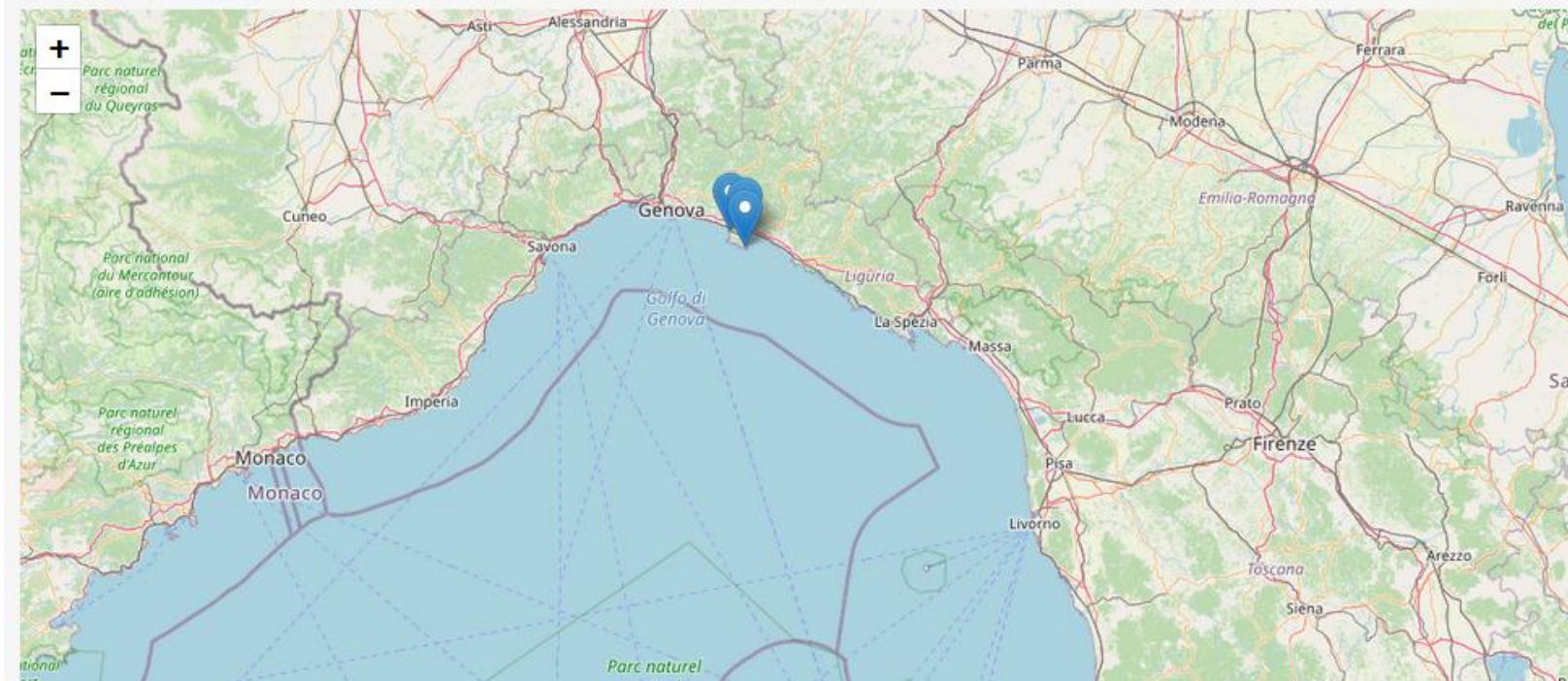
Le destinazioni turistiche delle Riviere di Liguria

Comprendorio

Parco Naturale Regionale di Portofino

Comuni

PORTOFINO CAMOGLI SANTA MARGHERITA LIGURE

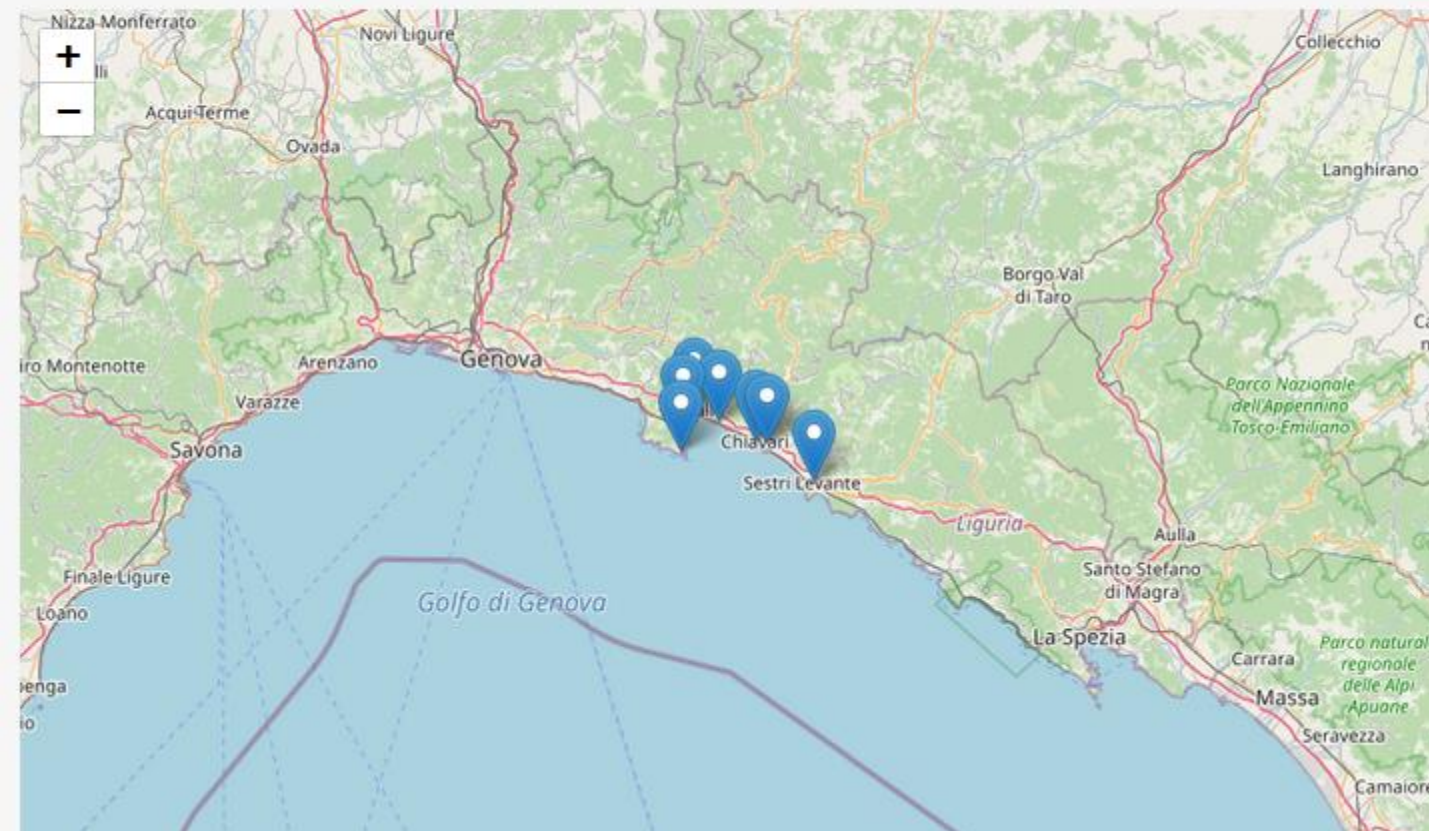


Analisi SWOT della destinazione Gruppo 6: PORTOFINO

DIMENSIONI	PUNTI DI FORZA	PUNTI DI DEBOLEZZA
TURISTICITÀ	Importante offerta ricettiva, quasi esclusivamente alberghiera, associata ad un elevato indice di utilizzo (39 presenze giornaliere per 100 abitanti). La presenza di turismo internazionale è, in termini relativi, tra le più elevate all'interno destinazioni considerate.	
IDENTITÀ DIGITALE	La destinazione ha una buona presenza web ed una presenza su tutti i principali social media.	
RAGGIUNGIBILITÀ	La destinazione ha una buona raggiungibilità complessiva fatta eccezione per la possibilità di accesso diretto alla rete autostradale.	
PRODOTTI TURISTICI	Turismo-relax, turismo con interessi naturalistici e turismo religioso si incrociano e sono ben armonizzati all'interno di una destinazione dall'estensione particolarmente circoscritta. Tale varietà dei prodotti potrebbe consentire di accrescere la permanenza media della destinazione.	Risultano poco presenti elementi per l'ulteriore valorizzazione e visibilità delle produzioni enogastronomiche come musei o spazi dedicati. La forte varietà dei prodotti turistici che potrebbe essere sfruttata maggiormente anche con riferimento al turismo domestico.

Le destinazioni turistiche delle Riviere di Liguria

Comprensorio Tigullio
Comuni CHIAVARI RAPALLO SESTRI LEVANTE PORTOFINO SANTA MARGHERITA
LIGURE ZOAGLI LAVAGNA



Analisi SWOT della destinazione Gruppo 6: SESTRI LEVANTE

DIMENSIONI	PUNTI DI FORZA	PUNTI DI DEBOLEZZA
TURISTICITÀ	Notevole offerta ricettiva, ben equilibrata tra comparto alberghiero ed extralberghiero. Significativa presenza di turismo internazionale.	L'indice di utilizzo dei posti letto disponibili è tra i più bassi tra quelli registrati in media dalle destinazioni liguri, da incrementare rispetto alla potenzialità dei prodotti turistici. Possibilità di incrementare la permanenza media in particolare da parte del turismo domestico.
IDENTITÀ DIGITALE	La destinazione ha una buona presenza web ed una presenza su tutti i principali social media.	
RAGGIUNGIBILITÀ	La destinazione ha una buona raggiungibilità rispetto a tutte le tipologie di collegamento considerate, in particolare le rete ferroviaria.	
PRODOTTI TURISTICI	I comuni inseriti anche all'interno del "Consorzio Portofino Coast" fanno sentire la loro presenza conferendo a questa destinazione caratteristiche analoghe alla precedente. L'offerta di prodotti turistici è molto ampia ma qui si arricchisce di aspetti di cultura immateriale (festival) con rilevanza sia nazionale che internazionale.	Turismo nautico, culturale ed enogastronomico potrebbero essere sviluppati maggiormente, soprattutto con riferimento al mercato domestico.

Gruppi di appartenenza delle destinazioni liguri analizzate

Le destinazioni della Liguria considerate sono 8. Nell'analisi cluster la destinazione " Finale Ligure" è risultata inserita nel **gruppo 8** le cui caratteristiche sono descritte di seguito.

Descrizione

Gruppo 8: è composto da 13 destinazioni (Lombardia 4; E. Romagna e Calabria 3; Liguria, Lazio e Molise 1). In questo gruppo sono comprese destinazioni che sono già dentro un certo immaginario turistico (Finale Ligure, il viterbese, la Val Seriana, la Bassa parmense) accanto ad altre la cui identità turistica appare ancora poco definita ed in corso di costruzione (evidenziata anche da bassi indicatori di turisticità). Le destinazioni di questo gruppo non sono particolarmente numerose e sono orientate da prodotti turistici incentrati per lo più sull'enogastronomia (con, tuttavia, una pressoché totale assenza di servizi a supporto delle produzioni locali) e in parte residuale su esperienze di vacanza connesse alla presenza di un diffuso patrimonio culturale e naturalistico. La raggiungibilità è complessivamente abbastanza buona e in linea con quella di altre destinazioni ma è associata ad una identità digitale non altrettanto diffusa (oltre ai siti web dedicati risulta molto variabile la presenza sui principali canali social). Il potenziale turistico di questo gruppo sembrerebbe potersi accrescere, da un lato, ampliando e migliorando le infrastrutture di supporto alle attività turistiche e, dall'altro, i servizi che fanno da corollario ai principali prodotti offerti (luoghi dove mettere in mostra e fornire un adeguato contesto culturale alle produzioni tipiche, ristorazione di livello e scuole di cucina) o anche eventi che richiamino l'attenzione di un pubblico più vasto di quello attualmente coinvolto.

Gruppo 8 : gli attributi/variabili che contraddistinguono le destinazioni

	Media Variazione	
[business] Centri congressi e fieristici	0,1	0,3
[cultura] aree archeologiche	0,1	0,3
[cultura] chiese	0,2	0,6
[cultura] monumenti	0,9	0,9
[cultura] musei	3,8	3,7
[enogastronomia] Cantine	4,6	8,4
[enogastronomia] musei dei sapori (diversi da vino e olio)	2,3	5,8
[enogastronomia] Prodotti certificati del tipo ALLEVAMENTO E LAVORAZIONI CARNI DOP E IGP	320,8	281,8
[enogastronomia] prodotti certificati del tipo CEREALI, PANE, PASTA E DOLCI	57,7	111,9
[enogastronomia] prodotti certificati del tipo GLI ORTAGGI E LA FRUTTA DOP IGP	21,5	38,4
[enogastronomia] prodotti certificati del tipo LATTE E LATTICINI DOP E IGP	116,2	130,1
[enogastronomia] Strada dell'Olio	0,1	0,3
[enogastronomia] TO tour enogastronomici	0,2	0,6

	Media Variazione	
[eventi] cadenza annuale	1,0	0,0
[eventi] Data inizio	1,8	0,6
[eventi] Durata	14,3	22,9
[eventi] Frequenza	2,9	1,5
[eventi] rilevanza	2,2	0,7
[eventi] tipologia	3,5	1,6
[golf] campi da golf	0,2	0,6
[golf] n buche	2,8	7,4
[identità digitale] Facebook	0,8	0,2
[identità digitale] instagram	0,7	0,3
[identità digitale] Recensioni google	0,4	0,2
[identità digitale] sito web	0,9	0,3
[identità digitale] tripadvisor	0,8	0,2
[identità digitale] Twitter	0,6	0,3
[identità digitale] youtube	0,5	0,3

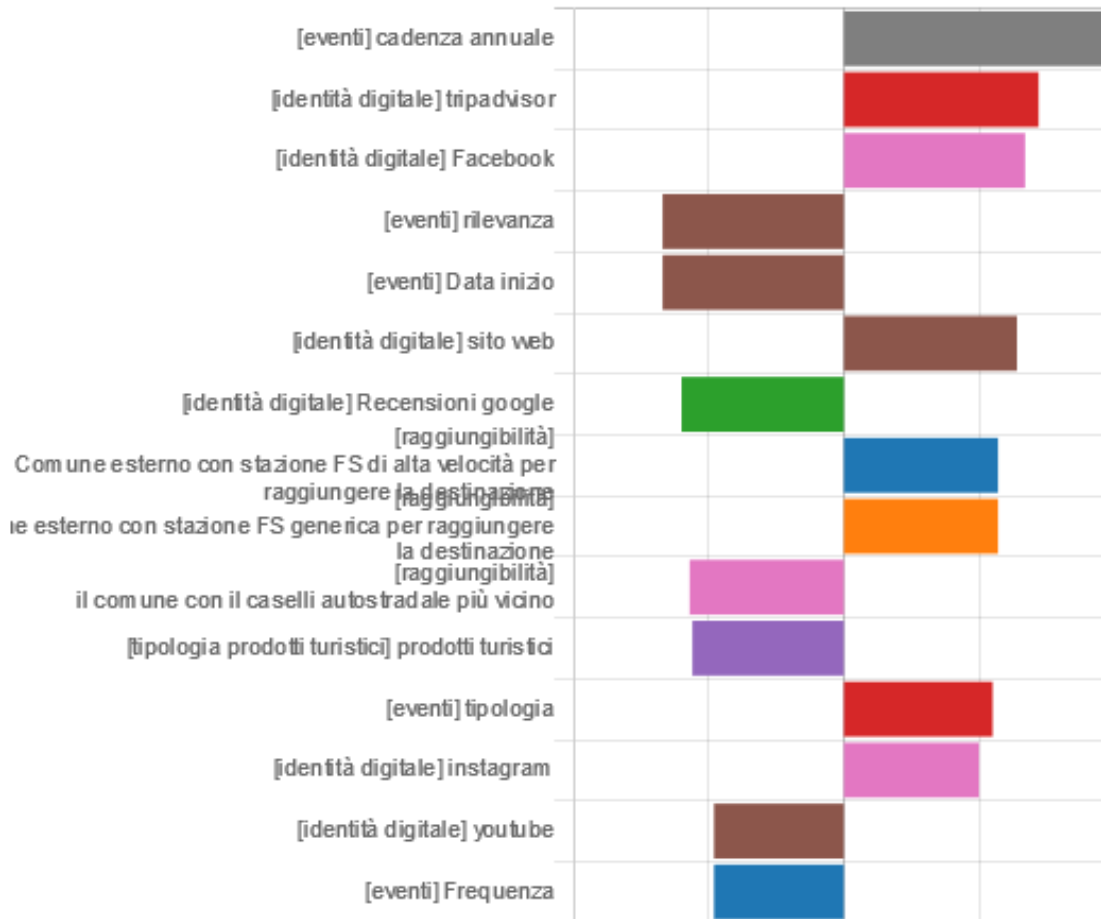
Gruppo 8 : gli attributi/variabili che contraddistinguono le destinazioni

	Media Variazione			Media Variazione	
[natura] altre aree naturalistiche	0,2	0,5	[svago relax natura e acqua] Parchi avventura	0,2	0,4
[natura] Aree marine protette regionali/provinciali	0,1	0,3	[termale] servizi per la Salute	0,1	0,3
[natura] aree naturalistiche tipo oasi	0,2	0,8	[termale] SPA	0,1	0,3
[natura] Numero di sentieri [range]	1,4	4,8	[termale] stabilimenti termali	0,3	1,1
[natura] Parchi nazionali/regionali che non sono aree marine	1,4	2,2	[tipologia prodotti turistici] prodotti turistici	2,5	1,1
[neve] KM piste fondo	1,2	4,0	[turisticità] Agenzie di viaggi	2,4	2,1
[neve] numero di piste sci di fondo	0,2	0,8	[turisticità] arrivi italiani	50.420	55.217
[pet] PET friendly	0,5	0,5	[turisticità] arrivi stranieri	20.002	27.864
[raggiungibilità] almeno un comune della DT è collegata alla rete autostradale	0,5	0,5	[turisticità] noleggio auto e minibus	3,3	5,9
[raggiungibilità] Comune esterno con stazione FS di alta velocità per raggiungere la destinazione	0,8	0,4	[turisticità] noleggio barche	1,0	1,5
[raggiungibilità] Comune esterno con stazione FS generica per raggiungere la destinazione	0,8	0,4	[turisticità] noleggio bici	0,5	1,2
[raggiungibilità] il comune con il caselli autostradale più vicino	0,8	0,4	[turisticità] presenze italiani	235.507	335.182
[raggiungibilità] lista dei nomi delle app	0,3	0,7	[turisticità] presenze stranieri	112.668	214.431
[raggiungibilità] presenza collegamenti bus internazionali	0,5	0,5	[turisticità] strutture ricettive	84,0	71,9
[raggiungibilità] presenza collegamenti bus nazionali	0,4	0,5	[turisticità] strutture ristorative	39,5	21,9

Gruppo 8 : i maggiori fattori di similarità delle destinazioni

Coesione degli aspetti considerati: Gruppo 8

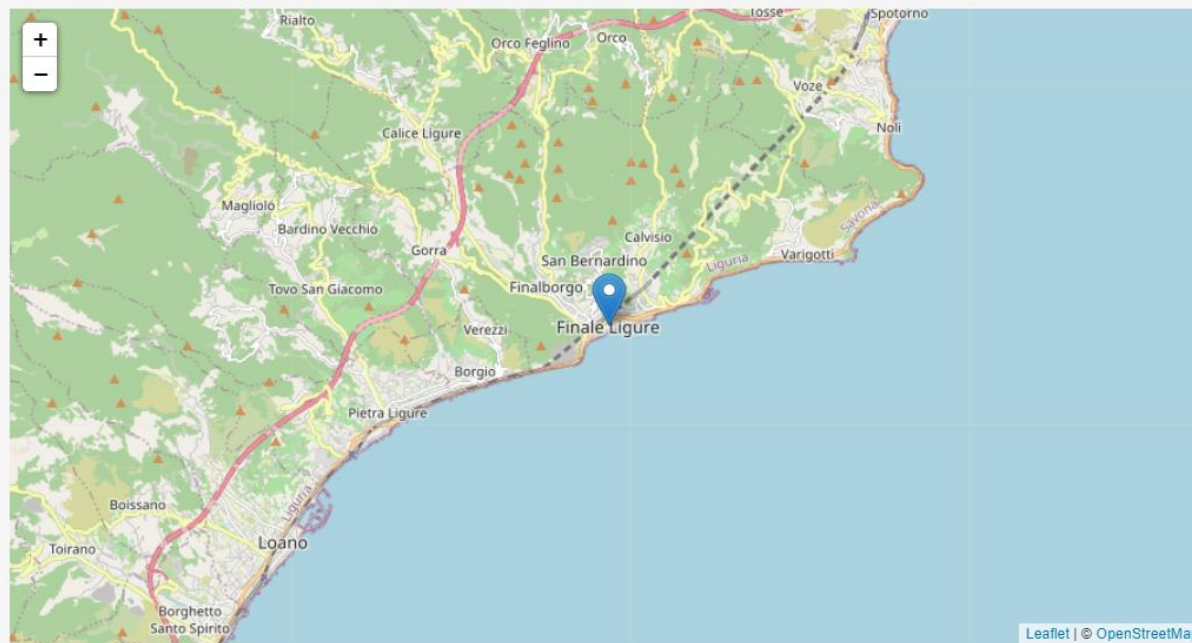
Seleziona gruppo: Gruppo 8



Le destinazioni turistiche delle Riviere di Liguria

Ente gestore Comune di Finale Ligure
DMO, DMC o ambito
Sito DMO <https://www.ligurianriviera.it/>, <https://www.visitfinaleligure.it/>, <https://www.facebook.com/quattroborgi>
Note

Comprensorio Savona
Comuni FINALE LIGURE



Analisi SWOT della destinazione Gruppo 8: FINALE LIGURE

DIMENSIONI	PUNTI DI FORZA	PUNTI DI DEBOLEZZA
TURISTICITÀ	Buona capacità ricettiva, in particolare nel comparto extralberghiero. Il tasso di ricettività in rapporto sia alla popolazione sia alla superficie è tra i più elevati per le destinazioni liguri considerate. La disponibilità ricettiva è significativamente sfruttata in rapporto alla media (l'indice di utilizzo lordo è 34%).	La presenza di turismo internazionale potrebbe essere incrementata. L'elevato indice di pressione turistica (quasi 19 turisti giornalieri per ogni 100 abitanti) fa immaginare possibili criticità di congestione e di sovraffollamento.
IDENTITÀ DIGITALE		La destinazione non è presente su tutti i principali social
RAGGIUNGIBILITÀ	Il livello di raggiungibilità è buono ed è esteso a pressoché tutte le modalità di trasporto.	
PRODOTTI TURISTICI	Ha buone potenzialità in termini di prodotti turistici che se adeguatamente sviluppati potrebbero stimolare attrattività verso i mercati turistici. Questo vale in particolare per alcuni elementi dell'enogastronomia e per il potenziale rappresentato dalle attività outdoor.	Il potenziale turistico di questo gruppo sembrerebbe potersi accrescere, da un lato, ampliando e migliorando le infrastrutture di supporto alle attività turistiche e, dall'altro, i servizi che fanno da corollario ai principali prodotti offerti (luoghi dove mettere in mostra e fornire un adeguato contesto culturale alle produzioni tipiche, ristorazione di livello e scuole di cucina) o anche eventi che richiamino l'attenzione di un pubblico più vasto di quello attualmente coinvolto.