Regione Umbria
Giunta Regionale

Umbria e turismo, i dati e l'intelligenza artificiale al servizio del territorio. Meloni: "Una bussola per governare i flussi e costruire un turismo più equilibrato e competitivo"

L'obiettivo è semplice: mettere la tecnologia al servizio delle decisioni pubbliche. Questo significa tenere insieme dati che oggi provengono da fonti diverse per comprendere chi arriva in Umbria, quando arriva, dove si concentra, cosa cerca e quali esperienze sceglie. Una conoscenza più profonda della domanda consente di programmare meglio le politiche turistiche e indirizzare le risorse della promozione anche verso quei territori che hanno maggiori margini di crescita.

È con questa impostazione che la Regione Umbria ha realizzato una piattaforma di data intelligence capace di analizzare e mettere in relazione i dati prodotti dal sistema turistico regionale, dai flussi fisici alle interazioni digitali. Uno strumento sviluppato garantendo controllo pubblico, trasparenza e rispetto della privacy, attraverso il quale conoscere meglio il profilo e i comportamenti dei visitatori, misurare gli effetti delle politiche messe in campo e, soprattutto, correggere e aggiornare le strategie sulla base delle evidenze.

"La sfida oggi non è soltanto attrarre più visitatori, ma governare meglio la crescita del turismo e aumentarne il valore per i territori – sottolinea l'assessora regionale al Turismo, Simona Meloni –. Per farlo dobbiamo conoscere sempre meglio la domanda e utilizzare i dati come una bussola per le nostre decisioni. L'intelligenza artificiale e la data intelligence non sostituiscono la politica: ci aiutano a renderla più consapevole e più efficace. Vogliamo capire dove esistono margini di crescita, distribuire maggiormente i flussi nello spazio e durante l'intero arco dell'anno e mettere in relazione la promozione con la capacità dei territori di costruire un'offerta adeguata. È un passaggio fondamentale per un'Umbria che vuole crescere sui mercati nazionali e internazionali senza perdere il proprio equilibrio, valorizzando borghi, aree interne e filiere locali".

I dati digitali analizzati dalla Regione restituiscono informazioni su due dimensioni complementari: la domanda e l'offerta. Da un lato viene letta la domanda. Le interazioni degli utenti con il portale turistico regionale – dalle ricerche ai percorsi di navigazione, dalle offerte consultate al tempo dedicato a ciascun contenuto – permettono di ricostruire gli interessi reali dei potenziali visitatori attraverso i loro comportamenti. Diventa così possibile comprendere non soltanto "chi arriva", ma anche "che cosa cerca" e, soprattutto, "che cosa non trova". Dall'altro lato viene analizzata l'offerta. Il portale regionale raccoglie le proposte di circa 2.300 operatori attivi, tra strutture ricettive, esperienze e servizi. Anche il modo in cui queste proposte vengono consultate rappresenta un

Simona Meloni
Via Mario Angeloni, 61 - 06124 Perugia
Telefono: 075 504 5586
Indirizzo PEC :regione.giunta@postacert.umbria.it

patrimonio di informazioni: quali vengono visualizzate, quali approfondite, quali generano interesse o richieste. Elementi che consentono di comprendere se l'offerta incontra effettivamente la domanda del mercato. Se una determinata categoria di esperienze viene cercata molto ma genera poche conversioni, ad esempio, il dato suggerisce di intervenire non necessariamente sulla domanda, ma sulla qualità, sulla struttura o sulla capacità di presentazione dell'offerta.

L'incrocio tra domanda e offerta diventa così uno strumento di indirizzo delle politiche turistiche. La piattaforma non si limita infatti a fotografare i flussi, ma consente di misurare la qualità della relazione tra il territorio e chi lo visita, distinguendo, ad esempio, tra un'offerta che viene cercata ma non trovata e un'offerta che viene trovata ma non scelta. Il valore aggiunto della data intelligence sta proprio nella capacità di leggere insieme i flussi fisici e i comportamenti digitali. I primi raccontano dove e quando le persone arrivano; i secondi aiutano a comprendere cosa cercavano prima di arrivare e cosa hanno trovato, o non trovato, una volta entrati in contatto con l'offerta regionale. L'incrocio tra questi due livelli consente quindi di passare da una lettura semplicemente descrittiva del turismo a una lettura diagnostica, utile alla programmazione. Anche i flussi, attraverso la loro elaborazione, smettono di rappresentare soltanto quantità numeriche e diventano geografie del turismo. La piattaforma permette di leggere la distribuzione dei visitatori nello spazio oltre che nel tempo, individuando le aree nelle quali la pressione è maggiore e quelle dove, invece, esistono margini di crescita. Informazioni che consentono di orientare le scelte di promozione e di utilizzare le risorse in maniera più mirata. Sapere dove i flussi si concentrano aiuta a comprendere dove intervenire per distribuirli maggiormente e dove, al contrario, occorre prima rafforzare l'offerta affinché un territorio sia pronto ad accogliere nuova domanda.

La piattaforma di data intelligence diventa così una vera "bussola per il territorio": uno strumento per consolidare i risultati raggiunti, individuare tempestivamente eventuali criticità e orientare le decisioni future. I dati non servono quindi soltanto a produrre statistiche su arrivi e presenze, ma diventano parte integrante della costruzione delle politiche turistiche. Le prime indicazioni sono già operative e convergono verso un obiettivo preciso: favorire una distribuzione più equilibrata dei flussi durante tutto l'anno e sull'intero territorio regionale.

Alla lettura dei comportamenti digitali si affianca infatti la misurazione dei flussi e del valore economico generato dal turismo, sia sul mercato nazionale sia su quello internazionale. Da questa capacità di analisi emergono tre direttrici di lavoro. La prima è il monitoraggio continuo: strumenti di data intelligence consentono di conoscere i livelli di affluenza con un aggiornamento sempre più tempestivo e di intervenire prima che eventuali concentrazioni diventino elementi di criticità. La seconda è la destagionalizzazione. I dati relativi ai mercati esteri mostrano l'esistenza di una domanda di qualità anche al di fuori dei tradizionali mesi di punta. La sfida è quindi

Simona Meloni
Via Mario Angeloni, 61 - 06124 Perugia
Telefono: 075 504 5586
Indirizzo PEC :regione.giunta@postacert.umbria.it

costruire prodotti, esperienze e proposte di viaggio capaci di intercettarla durante tutto l'anno. La terza riguarda la valorizzazione dei territori. Una gestione più consapevole dei flussi può rafforzare il ruolo dei borghi, delle aree interne e delle filiere locali, facendo della distribuzione della domanda uno strumento di sviluppo e costruendo nel lungo periodo un equilibrio tra attrattività, sostenibilità e qualità dell'esperienza.

È questa la direzione nella quale la Regione intende utilizzare dati e innovazione: non per sostituire le scelte, ma per renderle più consapevoli. Perché conoscere meglio il turismo significa poterlo governare meglio e trasformare la crescita dei flussi in valore diffuso per l'intera Umbria.

Ufficio Stampa & Comunicazione Ass.re Simona Meloni
Dott. Andrea Luccioli
Mobile: +39 3494968001
Email: aluccioli@regione.umbria.it