

BRESCIA / CRONACA

Stampa | Stampa senza immagine | Chiudi

L'EDITORIALE

La provincia di Brescia alla prova del web: reputazione non virtuale

Il turismo a Brescia non è più un'attività marginale, vale 35mila addetti e ha un valore aggiunto per 6,5 miliardi. Spunti dalla web reputation: la città sfrutti il traino del Garda



Il turismo a Brescia non è più un'attività marginale. Parafrasando il Marco Paolini del «Milione» verrebbe da dire che anche qui è ormai un'industria pesante, già nei numeri: 35.000 addetti, un valore aggiunto che pesa 6,5 miliardi e vale il 18% del totale provinciale, oltre novemila unità produttive fra cui 723 strutture alberghiere (fonte Bresciatourism). Il

turismo è, insieme all'agroalimentare, una delle poche attività bresciane che non produce beni strumentali ma si rivolge al mercato del consumo finale. Un mercato da monitorare, nei suoi gusti volubili e nei suoi estri mutevoli, anche via Web.

LA RICERCA

**WEB, I TURISTI PROMUOVONO
BRESCIA: I COMMENTI NEGATIVI
SONO IL 3,75%**

La ricerca sulla Web reputation del territorio bresciano realizzata dal Dipartimento Economia e management della Statale, presentata l'altro giorno, offre una messe di dati preziosa. [\(CLICCA PER VEDERE I RISULTATI DELLA RICERCA\)](#)

La fonte (i 25 mila commenti sul bresciano, ristoranti esclusi, postati su Trip Advisor negli ultimi due anni e mezzo) è parziale ma indicativa. Le attrazioni giudicate spontaneamente dai turisti - tre su quattro gli italiani - sono 392: le recensioni premiano largamente il lago di Garda (che da solo totalizza il 54% dei commenti) ma anche la città e l'hinterland brillano con il 19% dei commenti. Più staccati il lago d'Iseo (7,9%) e la Franciacorta (5,7%). I giudizi negativi sfiorano il 4% del totale: sul banco degli imputati orari di apertura, piccoli disservizi, informazioni lacunose o erronee. Un terreno su cui lavorare. Il 63% dei giudizi si sofferma sulle risorse storico-culturali e sul paesaggio: sono questi la ricchezza insostituibile, i beni inimitabili da tutelare. L'enogastronomia (degustazioni in cantine e caseifici) segue staccata con il 10%. Le quattro mete più recensite sono tutte gardesane: le prime tre sono a Sirmione (Terme, Rocca scaligera e Grotte di Catullo), la quarta a Gardone Riviera (il Vittoriale). In città il Castello «batte» Santa Giulia, soprattutto come punto spettacolare di osservazione.

Le deduzioni possibili? Brescia deve lavorare sempre più sul legame con il Garda, deve sfruttare il traino benacense e qualificarsi come città del lago. In città il brand Mille Miglia è l'unico davvero internazionale, amato tanto dai tedeschi quanto dai britannici: un altro terreno su cui lavorare. Spicca poi la carica simbolica che il castello sprigiona anche oggi che è di fatto privo di funzioni. Infine, gli studiosi che hanno scandagliato i commenti su Trip Advisor hanno constatato che la città è priva di un'icona, un'immagine forte che la rappresenti e la riassume. E se fosse già lì sotto i nostri occhi, issata sul Cidneo? Se fosse il Castello?

mtedeschi58@gmail.com

Massimo Tedeschi
19 dicembre 2016 | 09:04
© RIPRODUZIONE RISERVATA