

17.12.2016

Web reputation, turismo locale promosso on line a pieni voti

Il popolo dei turisti ha parlato, o meglio, ha cliccato. La provincia di Brescia è promossa a pieni voti, sebbene rimanga qualche riserva.

Il turismo sta quindi diventando l'arma in più della

«manifatturiera» terra bresciana. A dirlo è la ricerca sulla web reputation del territorio effettuata da Simona Franzoni e Michelle Bonera, afferenti al dipartimento di Economia e Management dell'Università degli Studi, su incarico di Bresciatourism.

L'obiettivo era quello di capire quale fosse «l'idea» che i viaggiatori hanno della provincia, indagando impressioni e pareri espressi tramite internet.

«Come riferimento è stata scelta la piattaforma Tripadvisor - ha spiegato Simona Franzoni nel corso del convegno di presentazione dell'analisi che si è svolto ieri nell'aula magna di Economia -.

Abbiamo focalizzato la nostra attenzione sulle recensioni relative al "cosa fare", cioè concentrandosi sulle attrazioni e i luoghi d'interesse, non sulle strutture di ricezione». Sono 392 i «totem» del turismo bresciano presenti sul portale, con 25.220 commenti lasciati dagli utenti (in lingua italiana, inglese e tedesca), nel periodo tra il primo gennaio e il 15 giugno 2016. Nel 96% dei casi l'impressione è stata positiva (53,9% voto eccellente, 33,8% molto buono, e 8,3% nella media), con particolare apprezzamento per le offerte del Garda. Tra le otto zone oggetto dell'indagine, il maggior numero di commenti è stato lasciato proprio dopo una visita sulle sponde del Benaco.

Sirmione è stato il paese leader indiscusso, con le Terme, la Rocca Scaligera e le Grotte di Catullo risultate essere le attrazioni meglio recensite. Ottima posizione anche per il Castello di Brescia, «sul quale abbiamo lavorato molto per un rilancio - ha affermato il vicesindaco Laura Castelletti -, con investimenti importanti confortati dai risultati».

Sul versante contenuti (espressi in 17.720 recensioni), le opinioni dei viaggiatori hanno premiato Franciacorta, Brescia e Lago di Garda, con quest'ultimo che è risultato trainante per tutte le altre destinazioni. «Non sono mancati i commenti negativi, non tanto in merito alle attrazioni ma piuttosto con riguardo all'accoglienza e ai servizi - ha spiegato Michelle Franzoni -. Questi commenti sono quelli che pesano maggiormente al momento della scelta. Sulla base di tale esperienza bisogna lavorare per il futuro». Della stessa opinione si è detta la presidente di Bresciatorusim Eleonora Rigotti che, rilanciando l'idea di una ricerca anche per il 2017 e un tour per spiegare ai territori i risultati di quella del 2016, ha spiegato «come l'opera di Christo abbia ulteriormente fatto impennare l'interesse

L'INSTALLAZIONE dell'artista bulgaro, che si è svolta al di fuori del periodo d'indagine della ricerca sulla web reputation, «non avrebbe comunque influito sui risultati - ha precisato Michelle Bonera -, perchè le recensioni degli utenti di Tripadvisor si sono concentrate unicamente sul lago d'Iseo». Positivo il parere del presidente della Camera di Commercio Giuseppe Ambrosi sullo strumento scientifico commissionati da Bresciatourism alla Statale, «perchè può servire a tutte le imprese». In questo contesto un ruolo fondamentale è giocato dagli attori dell'accoglienza, «decisivi per sancire o meno la qualità di un territorio - ha affermato l'assessore regionale al turismo Mauro Parolini -. In Lombardia abbiamo tutte le carte in regola per primeggiare».

Stefano Martinelli