L’immagine dell’Italia turistica? Niente male, secondo i social

Qual è la reale esperienza turistica in Italia? Quali sono i vantaggi competitivi, le cose che fanno felici gli ospiti e quali creano disappunto, critiche e disagi? Le risposte arrivano da **Sociometrica** che, sulla base della tecnologia **Cogito© di Expert System**, ha analizzato **218 mila post in lingua inglese** di persone che sono state in viaggio in Italia negli ultimi 12 mesi. L’analisi semantica sintetizza ogni post nei suoi concetti chiave, negli argomenti preminenti e genera il “mood” o “sentiment” che si può dedurre da ciascuno di essi. L’indicatore generale del sentiment verso l’Italia nel suo complesso, calcolato da 0 a 100, si colloca al valore 62; nel caso dell’Italia turistica sale a 78. Ottimo il “sentire” nei confronti dei ristoranti (82 punti), così come quello delle pasticcerie e delle piazze (81 punti). La piazza che regala la migliore esperienza, secondo l’analisi, è Piazze delle Erbe a Verona, con 90 punti, seguita da Piazza del Duomo a Parma e Piazza Castello a Torino. Per quanto riguarda le località turistiche, hanno messo a segno i punteggi più alti quelle più autentiche, culturalmente ricche e libere dalle auto: al primo posto ci sono Taormina e Lucca con 82 punti, seguite da Siena e Assisi. Arrivano dopo la Costa Smeralda, l’Alto Adige, Mantova e Riva del Garda. Qualche nota dolente si presenta sul fronte musei: ricchi di contenuto (da qui i 75 punti), ma carenti in organizzazione. I “guai” si presentano quando si affrontano i temi guida e parcheggio (uno dei fattori critici della vacanza in Italia) e soprattutto quelli delle infrastrutture e trasporti; gli aeroporti, ad esempio, raccolgono alcune considerazioni negative rispetto ai tempi d’attesa, il loro costo e l’organizzazione. Bene, invece, l’alta velocità ferroviaria.