

Dalla prospettiva del web il grado di soddisfazione del turista a Salerno è più basso di quello dei visitatori in Italia e in Campania; il sentiment cala nei periodi di maggiore afflusso e per le strutture ricettive; è bassa la valutazione delle camere di hotel, ottima quella della posizione dei B&B e della capacità di accoglienza. E' la fotografia sullo stato di salute dell'ospitalità in città scattata nel corso della prima giornata di **HospitalitySud**, salone dedicato alle forniture, ai servizi e alla formazione per l'hotellerie e l'extralberghiero, ideato e fondato dalla Leader srl di **Ugo Picarelli**. Nel dettaglio, secondo i dati di Travel Appeal, startup nata in H-Farm, incubatore di idee veneto, che valuta l'appel digitale del territorio, attraverso una serie di indicatori il grado di soddisfazione del turista a Salerno è dell'82,7%. Più basso rispetto a quello del turista in Italia (83,9%) e, soprattutto, del turista in Campania (84,4%). In città piacciono i B&B (89%), gli affittacamere (89%), gli appartamenti (87%), meno gli hotel (73%). Gli ospiti recensori parlano soprattutto delle camere (31% degli ospiti). Il dato di valutazione è del 73,4%. Secondo **Mario Romanelli** Head of Sales Italy Travel Appeal non è un dato positivo: le camere delle strutture salernitane vanno rimodernate e adattate alle nuove esigenze del turista moderno. Vince la posizione: ne parla il 20% degli ospiti recensori e la valuta al 93,4%. Gioca, in questo, un ruolo importante, anche la posizione della stessa città rispetto al territorio circostante. Ottima la valutazione dell'accoglienza: ne parla il 18% dei recensori e la considera al 93,2%. Nella media pulizia



Uno degli stand di **HospitalitySud**, salone dedicato alle forniture, ai servizi e alla formazione per hotel

# Turisti soddisfatti? Meno che altrove Bocciati gli alberghi

I dati resi noti nella giornata inaugurale di **HospitalitySud**  
Bene B&B e affittacamere, giudizio positivo sull'accoglienza

e ristorazione (88,2% e 83,2%), meno buona la considerazione di servizi, costi e internet.

Il dato che penalizza l'alberghiero viene soprattutto dalle camere: c'è un'offerta vecchia, che necessita di cambiamenti e ristrutturazioni. Nell'extralber-

ghiero è la presenza del proprietario nella struttura a fare la differenza: se è una persona simpatica e cordiale, aumenta l'esperienza dell'ospite. Male anche la dotazione web. Tolta la top 5 in termini di visitatori per molti dei 52 siti la situazione online risul-

ta "critica": per 15 manca del tutto un sito web, in 44 casi non è disponibile né un catalogo né una biglietteria virtuale, 30 di questi siti non hanno interazione con l'utenza tramite i social.

**Eleonora Tedesco**

GRIPRODUZIONE RISERVATA

