



**adnkronos  
labitalia**

## **HospitalitySud al via domani alla Stazione marittima di Napoli. Boom di investimenti nel settore**

Napoli, 24 feb. (Labitalia) - Tutto pronto per HospitalitySud, il salone dedicato alle forniture, ai servizi, alla formazione per l'hotellerie e l'extralberghiero, che si apre domani, a Napoli, alla Stazione Marittima. Ideato e organizzato dalla Leader srl, è il principale riferimento per tutti gli operatori dell'ospitalità del Sud Italia ed è evento ufficiale dell'Ehma-European Hotel Managers Association, che sarà presente con 5 direttori che si confronteranno sul tema della formazione e della certificazione per eccellere nel Sud in ambito alberghiero. "Il mercato immobiliare alberghiero in Italia – afferma Palmiro Noschese, capogruppo Comitato Rapporti con le istituzioni Ehma – è molto vitale, con investimenti record da parte di soggetti stranieri. Ciò è dovuto principalmente all'aumento costante negli ultimi 5 anni delle presenze di turisti in Italia, di cui la metà internazionali. Rispetto alle altre nazioni europee, però, la penetrazione delle grandi catene è minore e comunque si concentra nel segmento del lusso. Milano vola rispetto a Roma. Per quanto riguarda il Sud, la Costiera Amalfitana registra un'ottima performance. Lo sviluppo previsto dell'Aeroporto di Salerno rappresenterà una grande opportunità di crescita per tutto il Meridione e soprattutto per la splendida Costa del Cilento. Il fatto che alcuni tour operator si dimostrino già interessati è un ottimo segnale". Durante l'evento, giunto alla terza edizione, saranno presentati anche alcuni rapporti sui sentimenti dei viaggiatori e su quanto vale lo shopping dei turisti esteri a Napoli e provincia.

Nel dettaglio, Marco Malacrida, fondatore di Italia Hospitality, illustrerà 'I trend evolutivi della domanda: le grandi opportunità della Campania'; infatti, risulta strategico il posizionamento della Campania nello scenario attuale, alla luce delle vicende legate al Coronavirus, in quanto occorrerà lavorare sui mercati prossimi, in primis la domanda europea, disorientata e quindi da acquisire con azioni di marketing mirate. Antonio Preiti, fondatore di Sociometrica, presenterà il 'Rapporto sulla percezione di Napoli e provincia dalle recensioni dei viaggiatori su TripAdvisor'. Scorrendo centinaia di recensioni, a Sorrento è apprezzato il servizio di pick-up, di navette degli hotel, di piccole imprese che assicurano al turista spostamenti puntuali: il tema della mobilità ad ampio e breve raggio ottiene giudizi estremamente positivi, con la menzione dei driver con i loro nomi di battesimo, apprezzandone le capacità comunicative, nella doppia veste di vere e proprie guide che conducono i turisti alla scoperta dei segreti del territorio. Quindi, i driver, i titolari delle piccole strutture ricettive, i capitani delle piccole imbarcazioni, che offrono daily tour per la costiera, sono i veri ambasciatori di un luogo davvero unico, la cui bellezza naturale e paesaggistica è tale da superare, in numerosi commenti, i consueti limiti espressivi contenuti in termini inflazionati come good, great, recommend, friendly, lovely, nice, beautiful, ricorrendo invece a parole che siano più in grado di restituire a chi legge l'immagine di un'esperienza oltremodo superlativa. Ecco quindi che compaiono excellent, amazing, wonderful e, salendo ancora, riscontriamo l'ampio uso di termini come fantastic, perfect, special, fabulous, incredible, superb, stunning, gorgeous, exceptional, spectacular.

Sorrento appare nell'immaginario turistico come qualcosa di unico, sembrando appartenere più alle destinazioni 'once in a lifetime' che una destinazione da frequentare con frequenza. Questo è il suo punto di forza e, forse, anche di debolezza. Nelle prime posizioni del ranking, in un puzzle ideale che completa il meglio dell'Italia, troviamo anche Ischia, che agli occhi dei visitatori presenta un mix molto vario e ricco di caratteristiche differenti, giudicato unico. L'acqua domina nell'immaginario dei turisti, ma non lo limita, perché Ischia presenta altre connotazioni peculiari, come gli spettacolari paesaggi e la natura folta e rigogliosa che, di fatto, appare ai turisti come la vera padrona dell'isola e il naturale completamento dell'acqua. La maggior parte delle recensioni traccia un giudizio estremamente positivo sui bus locali che attraversano i sei paesi dell'isola, un servizio sostanzialmente preferito a quello dei taxi. Allo stesso modo, la compresenza di diverse alternative per la mobilità – i taxi boat, i servizi privati di hotel e spa, le mini crociere – fornisce un carnet di possibilità che i visitatori giudicano ricco e particolarmente soddisfacente. L'ampio ricorso all'aggettivo friendly definisce una destinazione turistica che ne sposa perfettamente il contenuto: i tassisti, i proprietari delle strutture, i driver sono apprezzati per lo spirito di iniziativa con cui sorprendono il cliente, magari con una tappa non prevista, e tutto questo è visto come meritevole di essere raccontato, consigliato, per provare un'esperienza giudicata unica. Infine, Antonella Bertossi, Partner Relationships & Marketing Manager Global Blue Italia, società leader per il servizio Tax Free Shopping, presenta i dati per la destinazione Napoli secondo l'Osservatorio sul Turismo firmato Global Blue e Federturismo Confindustria. Il Tax Free Shopping in Italia nel 2019 ha registrato una crescita a doppia cifra: +16% rispetto al 2018, un aumento trainato non solo dalle destinazioni italiane più tradizionali, come Milano, Roma, Firenze e Venezia, ma anche da quelle meno note ai Globe Shopper, ma con un grande margine di sviluppo, come Napoli.