

**DI COSA DISCUTE CHI È STATO IN ITALIA**

**1° TRASPORTO**

Come muoversi e come raggiungere i luoghi d'interesse e di come la qualità dei mezzi di trasporto influisca sul tenore del viaggio

**2° CULTURA, ARTE, ENTERTAINMENT**

Rientrano in questa categoria i musei, le attrazioni culturali e gli spettacoli

**3° LAVORO, COMMERCIO**

Informazioni varie, relative all'acquisto dei prodotti, alla ricerca di opportunità d'acquisto o dove trovare qualcuno che faccia una riparazione. Insomma questioni pratiche

**4° INTERNET**

Tutto ciò che riguarda i collegamenti digitali e le connessioni wi-fi

**5° CRIMINALITÀ**

Grande attenzione al pericolo di subire furti o aggressioni

**GIUDIZI POSITIVI**

**GOOD**

Una visita buona, appagante, bella

**GREAT**

Grande, importante, molto soddisfacente

**THANKFULLY**

Amabile, gentile, compiacente

**ENJOY**

Divertente, felice

**NICE**

Carina, attraente

**WONDERFUL**

Maeraviglioso, eccellente

**GIUDIZI NEGATIVI**

**EXPENSIVE**

Costoso, con prezzi elevati

**CHEAP**

Povera, deludente

**DIFFICULT**

Indica la circostanza di incontrare problemi nel corso della visita

**WAIT**

Troppe code da affrontare e in genere una situazione di organizzazione dell'offerta non veloce o comoda abbastanza

**CROWDED**

Affollata, confusa

**MISS**

Mancante di qualcosa, deludente rispetto alle attese

MARIE MONTI

**Taormina**

È la destinazione turistica italiana con il punteggio più alto (82 su 100), seguita dal Salento (81), Parma (80), Alto Adige (81)

**Alto Adige**

È la zona montana con il punteggio più alto (nella foto, Alpe di Siusi)



ALESSANDRO SAFFO/SIME



# Un borgo con la piazza e i bar Così ci vede il turista globale

Esclusiva, innovativa analisi dei "post" di chi è stato in vacanza da noi  
L'Italia è promossa, piace soprattutto un certo modo di vivere il Paese

EGLÉ SANTOLINI  
MILANO

Un borgo prezioso e raccolto, meglio se sul mare, meglio se con molte piazze, buoni ristoranti e pasticcerie dove far colazione: soprattutto, che non manchi di alberghi adeguati. Insomma Taormina, il Salento, Santa Margherita, la Costa Smeralda, Amalfi, Capri, Forte dei Marmi. E anche il Lago di Garda, Lucca, Parma e naturalmente Courmayeur, Cortina, Merano. Sono i sogni dei turisti stranieri in Italia, spesso realizzati: peccato che a guastarli congiurino le infrastrutture carenti e gli episodi di microcriminalità.

Ma nel complesso l'Italia turistica passa l'esame, con un voto di 77 su 100. Lo rivela un report che «La Stampa» pubblica

in esclusiva, realizzato negli ultimi quattro mesi da Sociometrica e Expert System e basato sulla rielaborazione di 570 mila post in lingua inglese comparsi sui social network a vocazione turistica, cioè TripAdvisor e company.

Spiega Antonio Preiti, che con Filippo Nardelli ha diretto la ricerca: «I post sono stati lavorati con un software nuovissimo che li ha asciugati al loro valore semantico essenziale. Poniamo che un vacanziero americano scriva: "Bella cena a Portofino, serata eccezionale". In relazione a "Portofino" verrebbero presi in considerazione i termini "cena", "bello", "eccezionale". A ciascun concetto sarebbe poi attribuito quello che in gergo chiamiamo "sentiment" o "mood", dal negativo al positivo, graficamente dal rosso al verde. Per convenzione un giudizio è ritenuto positivo quando supera i 60 punti e negativo quando è sotto i 30. Grazie a un algoritmo quel che ne esce è una fo-

tografia attendibile dell'esperienza turistica in Italia, finalmente riportata sui propri piedi, che sono poi quelli dei turisti stessi. Quante volte ci si lascia influenzare dalle proprie percezioni di italiani osservatori. Qui, questo rischio è scongiurato».

Piace la vocazione «borghigiana» dell'Italia, l'unicità e l'essere speciale di certi luoghi. Suocitano una specie di sindrome di Stendhal le piazze (voto 81), considerate il simbolo della socialità all'italiana, perché non solo sono artisticamente rilevanti, ma ci puoi stare quanto vuoi a guardare quello che succede e molti si stupiscono che ci si possa entrare gratis. Opere d'arte ad apprezzamento indiscusso, mentre per i musei che

le contengono la promozione è lontana. Lo shopping dà grande soddisfazione (specie per le scarpe) e naturalmente la ristorazione, dove ricorrono le parole «reasonable» e «worth», con la sorpresa di poter mangiare di gusto senza svenarsi. Piace molto la varietà delle spiagge.

I problemi cominciano quando si arriva alle infrastrutture. Molti post riguardano i trasporti e, se in gran parte si tratta di un chiacchiericcio neutro, con informazioni che vagolano in Rete sui treni da prendere e gli orari, per gli aeroporti arrivano i dolori: in particolare per Fiumicino (appena 60) e per esempio ci si chiede perché mai non sia collegato a Roma in alta velocità. Malissimo i treni locali («slow», ma perfino

«shame» e «trouble») e male il traffico: inquieta il comportamento dei locali alla guida, ma anche la difficoltà di parcheggio, e non è facile barcamenarsi con le zone a traffico limitato. I musei deludono per «la povertà della visita», «le code» e «il costo». E poi c'è la microcriminalità: scippi e aggressioni non possono essere compensati dalla positività del resto della vacanza e, se capitano, la rovinano del tutto.

Taormina è un concentrato di quanto piace dell'Italia per la posizione geografica, le bellezze artistiche, il fascino della Sicilia che esercita un potere del tutto speciale, il Salento prediletto da Ferzan Ozpetek trasmette quel senso di «cocooning», insomma un coccola-

## Dicono di noi

Analizzati 570.000 post sui social network da marzo al 1° luglio 2014

Italia promossa a pieni voti: 77 punti sulla scala sintetica da 0 a 100

**MIGLIORE ESPERIENZA**

**Città d'arte**

- Parma
- Lucca
- Siracusa

**Località balneari**

- Portofino
- S. Margherita
- Ligure
- Il Garda
- Costa Smeralda
- Amalfi
- Capri
- Forte Dei Marmi
- Tropea

**Località di montagna**

- Alto Adige
- Trentino
- Courmayeur
- Cortina
- Merano

**Località**

- Taormina
- Salento



Ristorazione



Spiagge

**Elementi di successo**



Shopping



Piazze

**Socialità**

Il rapporto Sociometrica / Expert System fa una classifica di ciò che dell'Italia piace nel mondo: dopo i ristoranti (la cucina), con un punteggio di 82, vengono le piazze (81), elemento distintivo che comprende tutti gli elementi che caratterizzano l'Italia, come la storia, la bellezza e la socialità. Nella foto, piazza dell'Anfiteatro a Lucca



GUIDO ALBERTO ROSSI/TIPS

## IL NOSTRO MEGLIO