Turismo digitale, Toscana in pole position. Ultime Valle d’Aosta e Trentino

Per italiani e stranieri **sul web vince la Toscana.** Questo il risutato dello studio **Turismo digitale: la web reputation delle Regioni Italiane/Destinazioni e nuove fonti informative del turista**, condotto da **Reputation Manager** e **Networklab,** il laboratorio Digital Marketing dell’Università Politecnica delle Marche.

L’analisi fornisce una chiave di valutazione delle Regioni intese come veri e propri brand ed è stata compiuta tra maggio 2014 e maggio 2015 su **oltre 16mila conversazioni web in lingua italiana e inglese** per 5 canali diversi (motori di ricerca, siti di recensioni, agenzie di viaggio online, siti di videosharing, Wikipedia e social network). L’obiettivo della ricerca è stato quello di "identificare l’impatto reputazionale dei contenuti web sulle regioni italiane e capire in che modo ne viene condizionata la scelta finale del turista" spiega Andrea Barchiesi CEO di Reputation Manager. I feedback ricevuti dallo studio possono quindi rappresentare indicazioni strategiche concrete per migliorare l’offerta turistica e l’identità dei singoli brand Regione".

In particolare, **i contenuti associati alla Toscana fanno riferimento all’apprezzamento dei prodotti tipici, le bellezze naturalistiche e il patrimonio culturale**. Al **2° e 3° posto per le conversazioni in lingua italiana** si trovano la **Sardegna**, citata soprattutto per le spiagge, e la **Puglia,** apprezzata per l'architettura delle città.

Dalle conversazioni in lingua inglese, in 2a e 3a posizione risultano la **Calabria**, gradita per il basso costo della vita, e l'Abruzzo, per la particolarità del territorio e l’alto livello di ospitalità.

Ultime in classifica, Valle d’Aosta (nelle conversazioni italiane) e **Trentino Alto Adige** (in quelle straniere).