
9 operatori su 10 sono convinti del vantaggio che deriva dal Marchio Ospitalità Italiana, un beneficio in termini di immagine positiva che in **3 casi su 10** si concretizza in un ritorno economico per le imprese. E' quanto emerge dall'indagine di *customer care* alle imprese certificate con il Marchio Ospitalità Italiana condotta da Isnart nel primo trimestre 2014 e che ha coinvolto un campione rappresentativo di 1.200 imprese certificate Ospitalità italiana, il marchio nato nel 1997 con l'obiettivo di certificare i servizi turistici negli alberghi, che nel corso degli anni si è esteso anche ad altre tipologie di imprese turistiche (agriturismi, B&B, ristoranti, stabilimenti balneari, camping, ecc.).

L'indagine indaga in particolare i vantaggi dell'iniziativa per le imprese, sia in termini di immagine che di ritorno economico, il livello di conoscenza delle attività promozionali attivate, nonché i suggerimenti forniti dagli operatori certificati. E' stata aperta, inoltre, una finestra su Expo 2015 per raccogliere dei suggerimenti da parte degli operatori affinché l'evento si trasformi in un'opportunità di business per le imprese.

[Scarica l'indagine di customer care](#)

Ultima modifica

Gio, 07/08/2014 - 10:29

