



Osservatorio Statistico di Adrias Online: dati sulle richieste per il Capodanno in Riviera 19/20

Rimini, 04 Gennaio 2020 – Il Capodanno in Riviera? Raddoppiate le richieste di preventivo rispetto l'anno scorso. La conferma arriva dall'Osservatorio Statistico annuale di Adrias Online, web agency di Rimini specializzata in marketing turistico, con oltre 400 clienti all'attivo, fondata dai due soci titolari **Barbara Canducci e Francesco Piersimoni**.

L'analisi dei dati, rigorosamente in forma anonima, prende in considerazione migliaia di richieste di disponibilità transitate sui portali turistici del gruppo nel periodo 1 dicembre – 31 dicembre 2019.

Nello specifico per quanto riguarda il periodo di Capodanno, dalla ricerca risulta che le richieste sono state inviate prevalentemente da donne (il 54%) di età compresa dai 35 ai 44 anni, provenienti principalmente da Lombardia (41%), Emilia-Romagna (17%) ed Toscana (10%).

Inoltre, nel 2019/2020 la percentuale di richieste di preventivo relativa al periodo di Capodanno è raddoppiata rispetto a quelle del 2018/2019 (+111 %). C'è stato un interesse ancora maggiore, seppure il dato fosse già in crescita l'anno scorso.

L'offerta è sempre più importante

1 richiesta su 4 arriva all'hotel in relazione a un'offerta specifica del periodo di Capodanno, un dato che conferma una tendenza già riscontrata anche nell'anno scorso. C'è sempre maggiore attenzione da parte degli hotel a creare pacchetti per Natale/Capodanno.

I due dati interessanti in questo caso sono la crescita del trattamento di mezza pensione e la minor richiesta del trattamento All Inclusive – tutto compreso.

Le richieste All Inclusive, infatti, sono diminuite rispetto al 2018 del 18%. Mentre c'è stato un aumento del trattamento di pensione completa e mezza che passano rispettivamente al 41% e 24%.

Dati che confermano come il turista "natalizio" sia più orientato a trascorrere il soggiorno fuori dall'hotel e a consumare i propri pasti nei locali della città. In questo caso la strategia del "Capodanno più lungo del mondo" funziona.

Di contro in estate il trattamento che va per la maggiore è ancora l'All Inclusive e il turista è balneare, abituale e abitudinario.

Chi richiede un soggiorno sono per lo più famiglie con almeno 1 bambino, quasi il 60 % delle richieste riguardano famiglie con bambini, come si evince anche dalle richieste effettuate su google.

Il trend conferma l'andamento estivo, durante il quale la maggior parte delle richieste pervenute riguardava il soggiorno per due adulti e almeno un bambino.

Anche questo dato è significativo: non si tratta solo del "divertimentificio" ma di una proposta, quella del "Capodanno più lungo del mondo" in grado di interessare anche le famiglie.

La lunghezza del soggiorno

A differenza del periodo estivo, a Capodanno le richieste riguardano principalmente il week-end (non più di 3 giorni) con una percentuale di richieste del 66% sul totale.

Le richieste di preventivo per un soggiorno a Capodanno in Riviera arrivano per la maggior parte anche quest'anno dalle ricerche fatte su Google.

Quasi il 40 % delle richieste arrivano da persone intente a cercare cosa fare a Capodanno a Rimini e in tutta la Riviera, per la propria famiglia.

Rispetto all'anno scorso le richieste da Google sono aumentate di oltre il 50 %.

"Questo dato dimostra la crescita di interesse sulle località della Riviera e sugli eventi organizzati nei vari comuni. Un dato importante perché chiarisce due elementi chiave per la promozione alberghiera, – **ha dichiarato Francesco**

Piersimoni, socio titolare dell'agenzia Adrias Online – il primo dei quali riguarda l'importanza di curare la propria presenza sui motori di ricerca attraverso la SEO. Inoltre, se un turista su tre cerca su Google l'hotel digitando precisamente il nome della struttura è anche perché l'ha visto e conosciuto precedentemente su altri canali di marketing, ad esempio i social network o i portali turistici o pubblicità offline. Questo ci fa capire quanto sia importante pianificare una corretta strategia di marketing e avere un sito perfettamente ottimizzato per gli schermi degli smartphone, che sono diventati il principale dispositivo su cui i turisti scelgono l'hotel e pianificano le vacanze”.

Per queste festività di fine anno le ricerche degli utenti su Google hanno riguardato principalmente:

- informazioni su hotel a Rimini o nelle varie località con riferimento al capodanno (hotel capodanno a Rimini e hotel capodanno a Cesenatico);
- informazioni su eventi particolari o punti strategici delle varie località (villaggio babbo natale Cesenatico, pattinaggio sul ghiaccio Riccione, presepi di sabbia Rimini, Fiabilandia natale 2019 e Le Befane Rimini);
- informazioni su hotel specifici per famiglie (family hotel Rimini capodanno, capodanno a Rimini con bambini, offerte bambini capodanno a Rimini).

“Sui portali di Adrias Online le pagine che hanno riscontrato il maggior interesse da parte degli utenti sono principalmente le pagine relative alle offerte di capodanno sulle varie località – **spiega Michele Esposito, SEO e Web Analytics Specialist di Adrias Online** – soprattutto le pagine relative ad eventi specifici come i presepi di Sabbia a Rimini, la pista di pattinaggio sul ghiaccio a Riccione e il villaggio di Babbo natale a Cesenatico”.

“Dalla ricerca risulta inoltre che già fin dai primi mesi dell'anno, non appena passato il periodo natalizio, gli utenti navigano in rete alla ricerca di offerte per le vacanze estive – **aggiunge Barbara Canducci socio titolare dell'agenzia Adrias Online** – Ecco perché consigliamo sempre di pianificare in anticipo la strategia marketing già dai mesi invernali rispetto alla stagione successiva in modo da intercettare le richieste di varie tipologie di visitatori molto interessati a programmare le proprie vacanze estive già nei mesi più freddi. Grazie all'analisi di queste richieste di preventivo (non le prenotazioni, ma l'interesse delle persone, transitate sui server di Adrias Online nel periodo fra il 1 dicembre e il 31 Dicembre 2019 relative al capodanno 2020 riusciamo a pianificare delle ottime attività di marketing”.

Ufficio stampa ☐- **Nuova Comunicazione**

Laura Ravasio ☐cell. 348 9330574 e-mail ravasio@nuovacomunicazione.com

Barbara Bastianelli cell. 335 1386454 e-mail barbara@nuovacomunicazione.com

www.novacomrimini.it