

Daily news da Rimini Fiera

Rimini, 8 ottobre 2015.

I dati Federalberghi sui primi nove mesi di turismo in Italia
In mattinata, da Rimini Fiera, Federalberghi ha diffuso i dati relativi alle presenze alberghiere in Italia nei primi nove mesi del 2015. Da gennaio a settembre le presenze nelle strutture italiane sono aumentate del 3,2% rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso. Nel dettaglio, i pernottamenti degli italiani sono cresciuti nei primi nove mesi del 2,8% e quelli degli stranieri hanno registrato un incremento del 3,6%. A riprova tuttavia dell'incertezza che ancora grava pesantemente sull'intero settore e che affligge i bilanci delle imprese ricettive, emergono i dati dell'occupazione nel comparto alberghiero che segnano una flessione dei lavoratori dell'1,3%, suddiviso in un -0,6% di lavoratori a tempo indeterminato ed un -1,9% di lavoratori a tempo determinato.

Sistema Paese alla prova: la sfida per conquistare il nuovo turista digitale planetario

Se nel 2014 di 7,2 miliardi di persone circa 2,8 erano connessi a internet stabilmente, nel 2020 tutti gli 8 miliardi di abitanti della Terra lo saranno.

Basta questo dato per dare la dimensione della necessità, per il mondo del turismo, di agire con efficacia in questo ambito, onde promuoversi e commercializzare. Se n'è parlato a TTG Incontri e il Sottosegretario Francesca Barraciu ha comunicato quanto il Governo stia facendo per recuperare terreno.

Da Amadeus, con l'A.D. Francesca Benati, il messaggio di incrementare l'attività, considerando che i successi più eclatanti sono per quelle destinazioni turistiche in grado di dialogare coi viaggiatori proprio durante la loro permanenza.

Da Google, con Serena Barbero, un dato significativo sui tempi trascorsi online dagli utenti prima di programmare la vacanza: 150' circa. Roberto Liscia, Presidente Netcomm, ha spiegato quanto l'Italia sia ai margini del mercato riguardante il commercio elettronico e quanto a digitalizzazione del sistema stia perdendo terreno. Ruffero Frezza, fondatore di M31, ha invece analizzato il tema delle startup: "Vanno sostenute concretamente – ha detto – finanziandole per consentire loro di fare strategia e non solo tattica. Ogni incubatore ha il ruolo di catalizzare l'innovazione di un territorio".

Digital Commerce nelle agenzie di viaggi: come conquistare il nuovo consumatore digitale

NetComm, il Consorzio del commercio elettronico in Italia e TTG hanno siglato un protocollo di intesa per la formazione e l'implementazione del commercio online nel settore del turismo. Roberto Liscia, presidente di NetComm ne ha parlato in un convegno a Rimini Fiera dal quale emerge che oggi 3 miliardi di persone al mondo navigano su internet. 1,2 miliardi fanno acquisti online. Di questi, 350 milioni sono in Europa. "Per questo – ha sottolineato – se l'Italia vuole invertire il suo posizionamento turistico nel mondo deve parlare un nuovo linguaggio comprensibile al cittadino digitale". Per Mario

Bagliani, docente di NetComm, “è forte la necessità per gli operatori, e in particolare per le agenzie turistiche, di cambiare direzione e imparare le nuove tecnologie e il linguaggio di internet”.

La rivoluzione dell'online: i dati di Euromonitor

L'industria del turismo vale quasi il 10% del Pil mondiale. Gli arrivi nel mondo sono cresciuti da 900 milioni nel 2009 a un miliardo e 200 milioni nel 2015 e la crescita continua al tasso del 4% annuo entro il 2019.

La Francia resta la prima destinazione mondiale, seguita dagli Usa, la Spagna e la Cina, mentre l'Italia si classifica quinta. Gli arrivi nel Bel Paese supereranno per la prima volta la quota dei 50 milioni nel 2015. I cinesi sono i turisti che spendono di più (180 miliardi di dollari), seguiti da americani e tedeschi. Ma la vera novità arriva dall'online. Oggi una prenotazione su 8 arriva dal web e il trend è destinato a crescere, si stima che nel 2019 una prenotazione su 4 sarà effettuata con tablet o smartphone. Per Angelo Rossini, online travel analyst di Euromonitor, “Il fenomeno della perdita di posizioni dell'Italia rispetto al turismo globale è irreversibile. L'Europa perde quote di mercato rispetto all'Asia, che cresce. C'è per l'Italia però un buon margine di crescita, se si migliora l'offerta e si lavora su un marketing mirato. La rivoluzione online e mobile possono essere alleate. I nuovi modelli di business arrivano dalla rivoluzione messa in atto dalle agenzie viaggi online, che hanno costretto tour operator e agenzie classiche a ripensarsi. Il viaggio online è la forza che sta cambiando il turismo: oggi l'informazione sulla destinazione e l'acquisto dei servizi non avviene solo prima del viaggio, ma anche e soprattutto durante e da questo punto di vista non sono l'online, ma il mobile stanno rivoluzionando il modo stesso di vendere la vacanza”. Una rivoluzione che ha colto molti impreparati, certamente non le Olta (online travel agencies), come Expedia e Booking.com, che offrono sempre più servizi mobile e personalizzati.

SIA GUEST, i guru del turismo: tecnologia sì, ma anche servizio ad personam
Tre importanti guru del turismo, ospiti oggi dell'arena dibattiti di SIA GUEST. La tecnologia e internet hanno cambiato il modo di fare turismo e i giovani non sono più influenzati dal marketing. Questa la sintesi dei loro interventi.

Per Thomas Marshall, Lecturer Marketing, Les Roches International School of Hotel Management, “rispetto al marketing oggi tutto quello che si può dire è ‘dipende’. Ogni scelta di marketing dipende da molte variabili. Sicuramente il più grande cambiamento nel mercato turistico arriva da Airbnb, che determina scelte anche per gli albergatori. I giovani attorno ai 30 anni oggi scelgono di dormire con Airbnb, per una scelta economica, ma anche perché vogliono fare una esperienza e quindi l'hotel si deve ripensare, come va ripensato completamente il marketing turistico. L'unica risposta all'eccesso di tecnologia è il servizio altamente personalizzato e ad personam. Tanto che oggi in palestra ci offrono il personal trainer, per il cane c'è il personal dog sitter e per i nostri acquisti il personal shopper assistant. Ecco questa è la nuova frontiera del marketing, il servizio ad personam”.

Di “Future Trends in the Luxury Brand Industry” ha parlato Paul Chappel, Head of Academic Product Innovation and Initiatives for Glion Institute of Higher Education. Con un approfondito background nel settore del Lusso e un approccio all'educazione di tipo proattivo, Paul Chappel è intervenuto

promuovendo “l’importanza di un recruitment molto mirato ed approfondito. Questo è il punto di partenza per un’evoluzione certa del settore del lusso. L’educazione e la formazione approfondita delle risorse manageriali sono, infatti, il vero futuro del settore”.

Sulla relazione futuro fra hotel e Olta è intervenuto Larry Mogelonsky, presidente e fondatore della LMA Communication, Cornell University. “Le Olta rappresentano il pilastro di un sistema più complesso, formato da tutti i canali digitali di prenotazione. Contro di loro quindi non si può vincere, occorre allearsi e lavorare su servizi sempre più personalizzati. Le app delle Olta e il loro posizionamento su internet è imbattibile, il singolo operatore non può e non deve competere su questo”. Che smartphone e tecnologia abbiano cambiato il mondo sono tutti d’accordo, tanto che sempre più vale l’esperienza individuale, emozionale, fondamentale per il successo del viaggio. Per questo per Mogelonsky “l’Italia una grande opportunità, a patto di lavorare sul prodotto e di non arrendersi al pietismo. Il marchio Italia piace all’estero e quindi occorre andare a prendere nuovi mercati su Internet e farlo tutti assieme, lasciandosi alle spalle la frammentazione attuale”.

COLPO D’OCCHIO SU 52° TTG INCONTRI – 64° SIA GUEST – 33° SUN

Data: 8-10 ottobre 2015; Organizzazione: Rimini Fiera SpA; Qualifica: fiere internazionali; Ingresso: riservato agli operatori professionali; Biglietto: gratuito su invito; Orari: 09.30 – 18.30, ultimo giorno TTG Incontri 9.30-15.00; Direttore business unit Turismo: Paolo Audino; Project Manager: Mattia Migliavacca (TTG Incontri), Nicola De Pizzo (Sia e Sun); Info visitatori: tel.0541.744111; website: www.ttgincontri.it www.siaguest.it www.sungiosun.it; hastag ufficiali: #TTG2015 #SIA2015 #SUNRIMINI2015; Patrocini: Ministero dei Beni delle Attività Culturali e del Turismo, Ministero Sviluppo Economico, Regione Emilia-Romagna, Comune di Rimini, Federalberghi.

PRESS CONTACT

Servizi di comunicazione e media relation, Rimini Fiera SpA +39-0541-744.510 press@riminifiera.it; responsabile: Elisabetta Vitali; coordinatore ufficio stampa: Marco Forcellini; addetti stampa: Nicoletta Evangelisti Mancini, Alessandro Caprio