

Reputazione digitale, a TTG Incontri torna l'Oscar delle Regioni italiane

Rimini, 9 ottobre 2017 – Focus sul turismo digitale e **TTG Incontri**, da giovedì 12 a sabato 14 ottobre alla Fiera di Rimini, in contemporanea con **Sia Guest** (il salone dell'accoglienza alberghiera) e **SUN** (dedicato all'outdoor, stabilimenti balneari e camping).

Alla conferenza inaugurale, il 12 ottobre alle 10.30 (Sala Neri – hall sud), intervorrà il **Ministro dei Beni Culturali, della Cultura e del Turismo Dario Franceschini**. Inoltre, l'**Assessore al Turismo della Regione Emilia-Romagna Andrea Corsini**, il **Sindaco di Rimini Andrea Gnassi** e il **Presidente di Italian Exhibition Group Lorenzo Cagnoni**.

Dopo una prima edizione di successo, torna il **Premio Italia Destinazione Digitale, l'Oscar delle regioni e dei territori italiani** in fatto di **reputazione digitale**, diventato fattore chiave nei processi di gestione e promozione delle destinazioni turistiche. In collaborazione con TTG Incontri, è a cura di **Travel Appeal**, la startup partecipata da H-FARM che monitora e analizza in tempo reale i dati online del settore travel e attraverso un sistema di intelligenza artificiale ne ottimizza l'interpretazione trasformandoli in consigli pratici per gli operatori del turismo.

Il Premio è frutto di una analisi effettuata su **oltre 7 milioni di recensioni on line** (un milione in più rispetto al 2016) apparse sui canali Booking.com, Trip Advisor, Expedia, Google, relative a **più di 200mila strutture ricettive** tra alberghiere, extralberghiere e appartamenti (+80mila). I risultati, in termini di utilizzo dei canali, sono significativi.

“L'incidenza di Trip Advisor è passata in un anno dal 21% al 20%, quello di Booking.com dal 78 al 79% – spiega **Mario Romanelli** sales manager di TA – La vera novità è l'affermarsi di Google, ovvero delle piattaforme che chiedono al cliente una recensione, una foto, quando rilevano che è stato in una data struttura, e lo fanno per acquisire informazioni sui gusti del consumatore”. Così, se è vero che nel settore ospitalità continuano comunque a crescere i canali Booking.com (+11%) e lo stesso Trip Advisor (ma con una crescita più lenta, +6,4%), è diventata Google la piattaforma da tenere d'occhio nell'immediato e per il futuro.

I risultati dell'analisi di Travel Appeal verranno presentati **a TTG Incontri giovedì 12 ottobre** (ore 16) durante un incontro al quale prenderà parte, tra gli altri, il fondatore di Travel Appeal **Mirko Lalli**.

(qui il link dell'evento: <http://bit.ly/2y99SAh>).

Sempre in tema di turismo digitale l'Osservatorio Innovazione Digitale nel Turismo del Politecnico di Milano presenta per il quarto anno i propri dati nel corso di TTG Incontri (venerdì 13 ottobre, ore 10.30).

La ricerca 2017 ha rilevato un comportamento particolare: **il Turista Digitale italiano fa zapping tra canali fisici e digitali**, passando da un canale all'altro con frequenza. "Tra chi prenota l'alloggio sulle Online Travel Agency (36%) solo il 7% utilizza un solo strumento per ispirarsi e per fare ricerca sulla propria vacanza – spiega **Filippo Maria Renga**, Direttore dell'osservatorio Innovazione digitale nel Turismo del Politecnico di Milano – mentre il 93% usa più strumenti nelle prime fasi del Digital Tourist Journey. Tra quelli più utilizzati in fase di ispirazione prevalgono le opinioni delle persone: online, sotto forma di recensioni e commenti (33%), ma anche offline, con i cari vecchi consigli di parenti e amici (31%). In fase di ricerca si passa dai motori di ricerca (45%) alle Online Travel Agency (33%), ai siti di recensioni (28%). Non esistono combinazioni prevalenti e più il turista è "digitale", più aumenta il suo potenziale di infedeltà alla ricerca dell'offerta migliore".