



UNIONCAMERE

LE AVANGUARDIE DEL TURISMO



ISNART per le Camere di Commercio

Dagli ultimi dati dell'UNWTO, nel 2018, nonostante la crescente preoccupazione per la sicurezza nei viaggi, gli arrivi internazionali nel mondo sono aumentati del +6% rispetto al 2017, totalizzando 1,4 miliardi di turisti. Di questi, sono stati 713 milioni gli arrivi in Europa (+6% rispetto al 2017), 217 milioni quelli nelle Americhe (+3%), 343 milioni in Asia e nelle aree del Pacifico (+6%), 67 milioni in Africa (+7%) e 64 milioni gli arrivi in Medio Oriente (+10%).

In particolare, per il 2019 è prevista una crescita tra il +3% e il +4% per i viaggi in Europa, tra il +2% e il +3% per quelli nelle Americhe, tra il +5% e il +6% per gli arrivi internazionali in Asia e nel Pacifico, tra il +3% e il +5% per quelli in Africa e tra il +4% e il +6% per quelli nel Medio Oriente.

Tra le motivazioni di questa previsione positiva la stabilità del prezzo del carburante che dovrebbe favorire i viaggi aerei in molte destinazioni e la domanda di viaggi e vacanze in aumento da parte dei mercati emergenti, primi tra tutti quelli dell'India e della Russia, ma anche del mercato asiatico e di quello arabo.

Per contro, tra i fattori di rischio il rallentamento dell'economia globale, le incertezze legate alla Brexit, le tensioni geopolitiche e quelle commerciali, sono elementi che potrebbero spingere investitori e viaggiatori ad un atteggiamento *"wait and see"*, di attesa, che secondo l'UNWTO potrebbe rallentare la crescita del settore.

Al di là dei numeri, la passione per i viaggi che accomuna diversi target di domanda, traina l'industria delle vacanze con nuovi trend di settore attivati dai protagonisti della filiera turistica, dalle *"avanguardie"* del turismo, ovvero quelle imprese che *"fanno tendenza"*, con nuovi modelli di turismo, nuovi prodotti turistici, nuovi servizi, nuovi concept di vacanza.

Il Sistema camerale ha analizzato e individuato oltre 500 imprese italiane, come esempi di eccellenza, avanguardie e *best practice* territoriali, che propongono un'offerta altamente innovativa, intendendo per *"innovativi"* tutti quei beni e servizi che vanno, non solo a rispondere alle nuove esigenze della clientela, ma anche e soprattutto a quei servizi che vanno oltre, creando nuove tendenze, nuove modalità di fruizione del prodotto turistico. Esempi da cui prendere spunto per innovare la propria offerta per tutte le imprese che operano nella filiera turistica. Tali imprese saranno presentate nei 18 eventi regionali tra giugno e luglio.

Nella categoria avanguardie sono state incluse realtà del settore che si contraddistinguono per elementi strutturali e/o funzionali particolarmente innovativi, mentre le *best practice* sono realtà complementari nella promozione turistica di un territorio grazie al loro modo efficace di proporsi come prodotto di successo sul mercato. Avanguardie e *best practice*, a loro volta, si classificano secondo due macro filoni di riferimento: *hard* e *soft*. Il primo riguarda innovazioni strutturali legate al *design* ed al *concept*, alla sostenibilità ambientale ed al mercato *hi-tech*, il secondo riguarda l'ambito dei servizi che possono essere personalizzati per target di consumatori, servizi *on line* rivolti alle strutture ricettive ed alla loro clientela oppure particolari nella potenziale offerta ricettiva odierna e futura.

Avanguardie nel turismo	
Hard	Soft
Design e concept	Servizi personalizzati per target di consumatori
Camere tematiche	Vacanze pet-friendly
Concept socio-culturale di una struttura ricettiva	Turismo con disabilità
Design, luci e mobili particolari	Visite culturali, tour, sport, enogastronomia, arte, ecc...
	Corsi di cucina e visite guidate tematiche
Sostenibilità	Tour e visite in laboratori artigiani, workshop e corsi di artigianato
Strutture ricettive immerse nella natura	Utensili, strumenti derivanti da processi produttivi specifici
Utilizzo di prodotti biologici, riduzione degli sprechi	
Bioedilizia	Servizi online alle strutture ricettive e alla loro clientela
	Smartphone e app con informazioni, mappe e servizi personalizzati
Hi Tech	Dashboard web destinata all'hotel per la gestione dei servizi
IPad in camera	Servizio di rating e info personalizzare sulla località turistica
Domotica	Gestionali di prenotazione e promozione online per strutture extra-alberghiere
	Servizi particolari nell'offerta ricettiva
	Concierge robot
	Taxi drone

Nello scenario che si sta delineando a livello mondiale corre l'obbligo da parte delle imprese di innovare i propri modelli di business mettendo al centro delle politiche le aspettative del cliente: bisogna anticiparle, capirle, studiarle e soddisfarle. Inoltre, occorre puntare sull'utilizzo combinato di mezzi innovativi e/o servizi originali offerti affinché il turista possa avere costantemente la sensazione di aver vissuto un'esperienza di viaggio unica.

Vacanze che sono sempre più intese come scoperta, come esperienza di vita, per formule di viaggio sempre più innovative, legate alle nuove tecnologie, ma anche attente alla tutela ambientale del territorio, agli usi e costumi della popolazione locale.

Il turista di oggi si aspetta di trovare sul mercato proposte di vacanze personalizzate, da poter tarare ad hoc sulla base delle proprie esigenze, in tempo reale, per viaggi e vacanze che sono sempre più esperienze, a contatto con la popolazione locale, nel rispetto del territorio che li ospita.

Questo, naturalmente al di là della qualità e del rapporto qualità/prezzo, dato ormai per scontato, e che ad oggi, grazie alle piattaforme *peer to peer*, sono i clienti stessi a selezionare in anticipo, in fase di programmazione e prenotazione del viaggio, con un occhio ai *social network* sia in fase *ex ante*, di programmazione e scelta, che in quella *ex post*, in cui si racconta l'esperienza vissuta, valutandola secondo i propri canoni, sulla base della proprie aspettative e necessità, attivando così un *feedback* che alimenta i successivi tam tam della rete.

Tra i nuovi trend del turismo l'interesse nei confronti delle nuove tecnologie è, dunque, sempre in primo piano e le tecnologie sono viste come opportunità per rendere la vita più facile e cresce l'interesse nei confronti di nuove soluzioni di viaggio e di nuovi servizi.

Sta assumendo un crescente interesse nella domanda turistica l'aspetto sociale dei viaggi, verso forme di turismo responsabile ed ecosostenibile.

I viaggi del futuro saranno sempre più brevi e più intensi, pianificati in ogni dettaglio, i consigli di viaggio più personalizzati, le guide generiche meno diffuse, sostituite da quelle digitali, con informazioni brevi e dinamiche, personalizzate sulla base delle preferenze espresse.

La tendenza tra gli operatori è di proporre soggiorni innovativi, diversi dal solito, per viaggi come strumenti di realizzazione personale; viaggi come scambi culturali o professionali, viaggi di volontariato, viaggi per imparare qualcosa di nuovo, vacanze sempre più attive e con esperienze pratiche.

Un'altra tendenza degli ultimi anni è quella legata ai tempi oltre che alle modalità di scelta e di prenotazione ed organizzazione del viaggio.

Si tende a suddividere la fase di pianificazione in due parti: la prenotazione dell'aereo e dell'alloggio avviene in anticipo, si rimanda quella dei servizi aggiuntivi all'arrivo a destinazione, anche se magari

alcuni di loro cercano in anticipo informazioni sulle opportunità che offre il territorio, la prenotazione finale avviene last minute.

Il turista è sempre più consapevole di cosa sia necessario pianificare in anticipo e di cosa prenotare in seguito, nel corso della vacanza, facilitato nelle scelte last minute da app e portali *sharing economy*.

Dall'indagine Isnart Unioncamere ai turisti italiani e stranieri in vacanza in Italia nel 2018¹, emerge come solo per il 41% dei visitatori la ricerca di informazioni sulla località turistica avviene in anticipo (per il 37% degli italiani ed il 45% degli stranieri), prima della partenza, e poi per il 93% di questi turisti la ricerca soddisfa le esigenze.

Si cercano prima di partire soprattutto notizie su dove mangiare (58% dei turisti che hanno cercato informazioni nel corso della vacanza), su eventi in programma (46%), su cosa è possibile visitare, su monumenti e musei (42%) ma anche sui divertimenti e sugli intrattenimenti che offre il territorio, sulle disponibilità di *wi fi* gratuito nella zona in cui si soggiorna (ricercato dal 34% di questi turisti), su dove dormire, sulle possibili escursioni, sui servizi di trasporto disponibili.

Una volta giunti a destinazione, le *app* sono utilizzate dal 35% dei turisti in vacanza in Italia e per l'82% di questi la ricerca produce in risultato positivo.

Si consultano le app in corso di vacanza soprattutto per cercare informazioni sulle opzioni di spostamento sul territorio (65% dei turisti che cercano mediante app durante il soggiorno turistico), sui prodotti enogastronomici tipici (39%), sui servizi di spa/benessere (36%) e sui ristoranti (31,5%), ma anche per cercare recensioni sui social media (27% dei turisti), per informazioni e prenotazioni di musei e monumenti (19%), di visite guidate (18,5%), di possibili escursioni da svolgere in giornata (15%), di visite a cantine, di concerti, ecc.

Fondamentale per le imprese turistiche di oggi la gestione della reputazione online.

Il turista legge recensioni di siti e portali già in fase di scelta della destinazione turistica, ma anche in quelle successive, di pianificazione del viaggio e di prenotazione del soggiorno turistico, sia individuale che organizzato.

¹ Fonte: Indagine ai turisti in Italia nel 2018, Osservatorio Nazionale del Turismo del sistema camerale Unioncamere.

Diventa sempre più importante per gli operatori della filiera turistica attivare tutti i canali di comunicazione, dai social al sito *web*, dai blog alle *newsletter*, per descrivere le opportunità che offre il territorio, per soddisfare il desiderio di avventura, di esperienza e di scoperta dei turisti.

La tendenza per il futuro sarà, secondo gli esperti, di dare maggiore importanza alla sperimentazione e alla condivisione delle esperienze piuttosto che al possesso.