



Turismo: il nuovo futuro

Big Data, Sicurezza, Destinazioni. La sfida del rilancio

*Roberto Di Vincenzo
Presidente Isnart*

22 luglio 2021

I nostri asset al servizio del Paese



TURISMO BIG DATA

Cattura dati, strutturati e non, delle fonti più diverse restituendo una descrizione delle principali dinamiche turistiche rapida, comprensibile e finalmente integrata.

Obiettivo: analisi congiunturale e strategica del turismo, ma non solo.



SIMOO++

Uno strumento di IA per l'ascolto del web.

Mette al centro i sistemi territoriali (grazie anche all'intenso lavoro delle Camere di Commercio).

Aiuta ad identificare opportunità e carenze di attrattori e destinazioni.

Analizza i commenti on line dei visitatori fornendo indicazioni per la programmazione locale e la comparazione nazionale.



OSPITALITÀ ITALIANA *DESTINATION HUB*

Sistema integrato, costruito per qualificare imprese e destinazioni, accompagnate ad essere più «padrone» delle proprie performance e dell'attrattività verso i clienti. Ospitalità Italiana è un sistema di rating con KPI per pesare e dare valore all'offerta aziendale e territoriale, anche in termini promozionali, grazie all'innovazione digitale. La sua dimensione estera è rappresentata da Ospitalità Italiana nel Mondo.

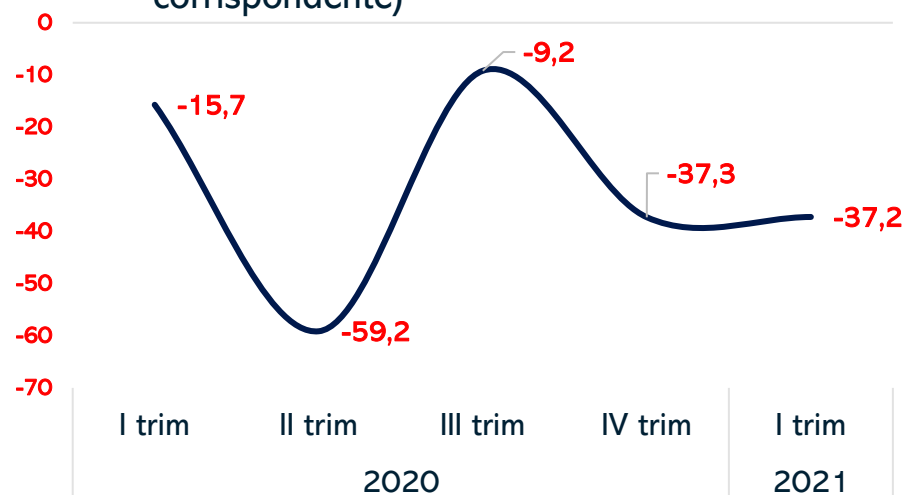
Conoscere per programmare: la complessità della ripartenza

Nel 2020, nei comparti dell'alloggio e della ristorazione il numero delle iscrizioni al Registro delle imprese ha registrato una flessione complessiva del -32% rispetto al 2019.

Il calo più elevato (-59%) coincide di fatto con il periodo del lockdown (primavera 2020) e tende a migliorare lievemente nei trimestri successivi.

Anche nel primo trimestre di quest'anno il volume delle nuove imprese iscritte resta ben al di sotto del corrispondente periodo del 2020.

Iscrizioni di imprese di alloggio e ristorazione (var. % rispetto al trimestre corrispondente)



Conoscere per programmare: la complessità della ripartenza

Nel 2021 migliorano le previsioni di bilancio delle imprese ricettive. Il 57% pensa di chiudere il 2021 in perdita: nel 2020 era l'84%.

Il 20% dei casi stima di avere degli utili (soprattutto nell'extralberghiero).

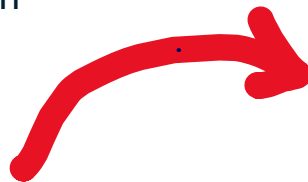
Dall'indagine Isnart per l'Osservatorio sull'economia del turismo

Principali problematiche incontrate dalle imprese ricettive:

- gestione del prezzo a fronte dei nuovi costi (per misure di sicurezza)
- aumento generalizzato dei costi delle materie prime, e dei costi per la ristrutturazione
- il 70% degli operatori mantiene prezzi invariati rispetto all'estate 2020 ma il 18% degli albergatori dichiara un aumento (in particolare le categorie più elevate) mentre nell'extralberghiero prevale una tendenza al ribasso
- cambiamenti repentini nelle prenotazioni da parte dei diversi mercati per la difficoltà nella gestione di eventuali disdette causa Covid-19 (soprattutto al Sud e nell'extralberghiero)

Prevedere per programmare: la rivoluzione dei Big Data

L'indagine agli italiani e gli scenari previsivi di Isnart realizzati tra marzo e giugno 2020, che avevano fornito indicazioni previsionali in parziale controtendenza rispetto ad altre analisi, hanno trovato sostanziale conferma nei dati pubblicati dall'Istat.

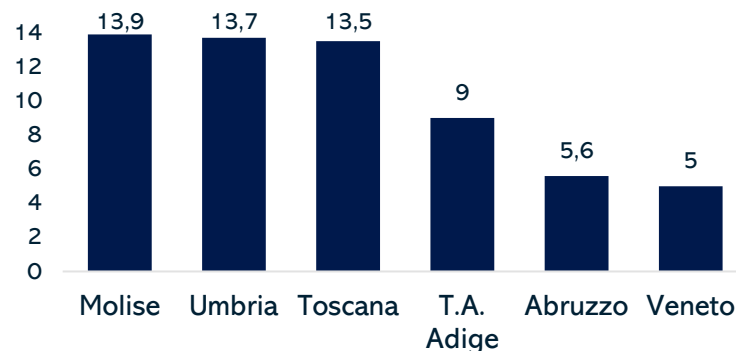


ESTATE 2020	
Previsioni ISNART	22,8 mln
Consuntivo ISTAT (giugno 2021)	23,1 mln



Le destinazioni che hanno avuto il maggior aumento di presenze indicate da Isnart per l'estate 2020, coincidono con quelle emerse a consuntivo nei dati Istat

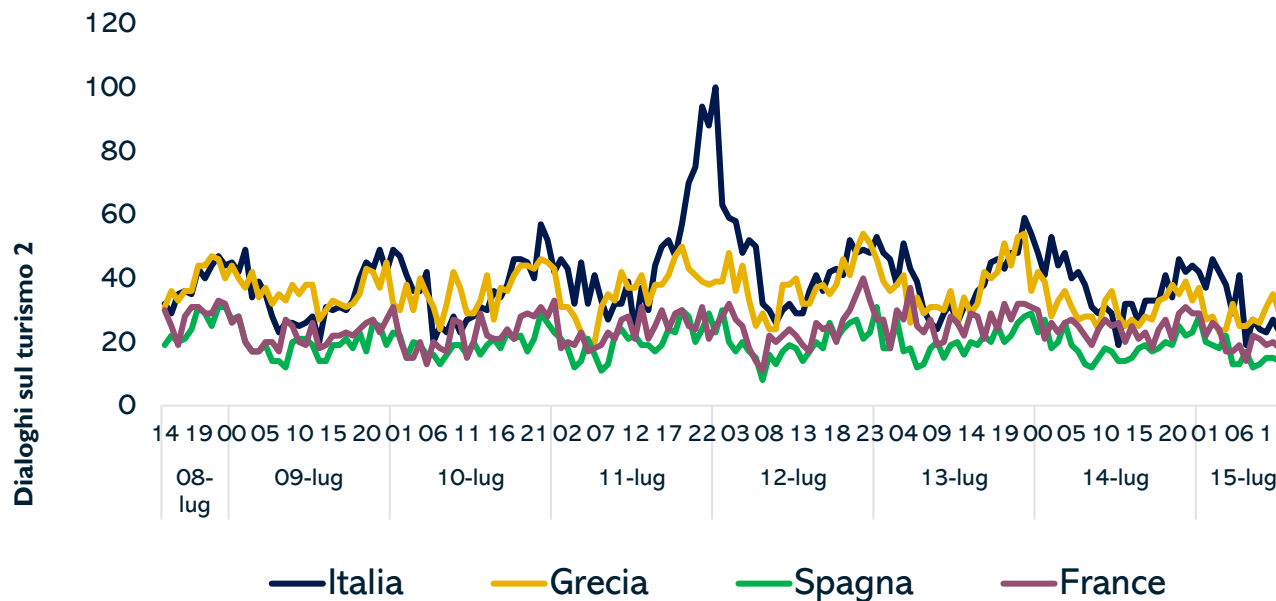
Principali destinazioni di vacanza estate 2020 (Istat; var. % sul 2019)





Prevedere per programmare: conoscere in tempo reale gli effetti di fenomeni esterni sul turismo

Ricerche su google per alcuni mercati europei nella settimana 8-15 luglio 2021



Il valore della vittoria dell'Italia del calcio agli Europei ha innescato attenzioni e ricerche per venire in vacanza in Italia. Da nostre elaborazioni su GoogleTrends risulta evidente quanto l'interesse turistico verso l'Italia si sia triplicato proprio nella settimana degli Europei

Prevedere per programmare: le destinazioni al centro

- Il nostro sistema ci permette di comprendere le dinamiche e le esigenze dei territori
- Le destinazioni turistiche sono i sistemi territoriali da cui partire per definire politiche di sviluppo locale
- Un sistema di Intelligenza Artificiale ci consente di analizzare le destinazioni in tutte le loro componenti: servizi, turisticità, identità digitale
- Permette di comparare locale > locale e locale > globale





Prevedere per programmare: le destinazioni fuori dai luoghi comuni

L'obiettivo è qualificare le singole componenti di una destinazione ma anche individuare nuovi prodotti o attività, inediti rispetto a quelli pre-definiti.

Esempio 1: nel caso di "Portofino" la presenza di contenuti on line riferiti ad esperienze di tipo culturale è superiore a quella (attesa) riferibile al turismo nautico/balneare

Esempio 2: sulla destinazione "dolomiti bellunesi", oltre ai contenuti riferiti agli sport invernali, sono molto numerosi i riferimenti all'enogastronomia ed agli aspetti culturali

Shopping(121) Escursioni/gite in barca(59)
Degustazione prodotti enogastronomici(322)
Visite mare/spiaggia(442)
Escursioni/gite altro(764) Sport Passeggiate montagna(125)
Visite musei/mostre(110)

Escursioni/gite borghi/città/centri /monumenti(1937...)

Turismo Religioso(169) Sci fondo(57)
Trekking(318)
Natura svago_relax(545) Sci alpino(174)

Cultura materiale(1510)

Shopping(232) Turismo balneare svago_relax(287)
Enogastronomia(182)

Le nuove tendenze della domanda: le preferenze dei visitatori nelle destinazioni italiane

Nell'inedito contesto del 2020 i commenti on line rilevano alcuni mutamenti in termini di consumi turistici.

La netta perdita di peso delle città d'arte è stata più che compensata dalla ricerca di mete per la vacanza attiva e con caratteri naturalistici. Esempio: tra i praticanti attività sportive il ciclismo assorbe il 20% dei contenuti (era il 13% nel 2018).

Il prodotto "acqua" è cresciuto, non nella sua componente "marittima" quanto invece rispetto ad altre forme di fruizione (fiume, lago) dando preferenza alle aree interne.

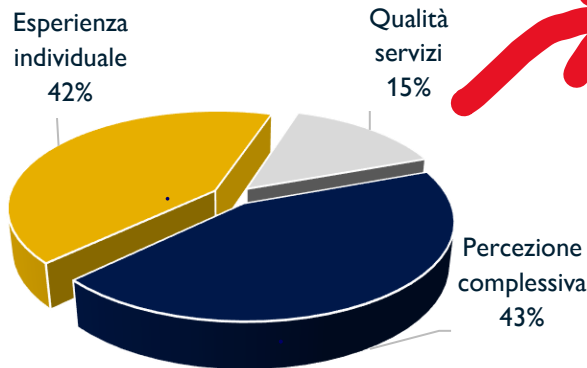


A word cloud of tourism trends. The words are arranged in a vertical stack, with some overlapping. The words are: 'Ciclismo' (blue), 'Lago' (blue), 'Città d'arte' (red), 'Turismo' (green), 'Fiume' (blue), 'natura' (green), and 'Trekking' (yellow). Each word has a reflection effect below it.

Le nuove tendenze della domanda: come sta cambiando il mercato

Turisti e destinazioni: di cosa si parla (differenze tra 2018 e 2020)

Dimensioni dell'esperienza turistica
(% sul totale recensioni)



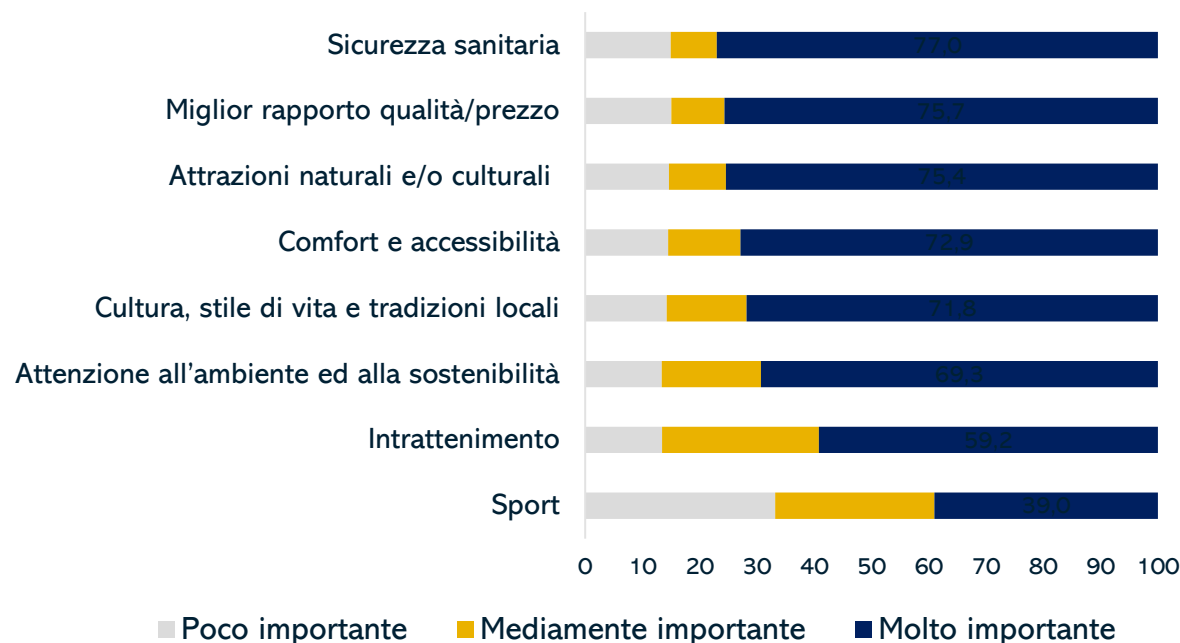
- forte calo dei riferimenti al turismo culturale
- stabile l'esperienza legata al cibo
- aumentano i riferimenti alla dimensione "fisica" della vacanza attiva e l'apprezzamento per la bellezza del paesaggio naturale

- crescente interesse per la sicurezza sanitaria
- attenzione al personale
- il costo è un argomento non particolarmente citato anche se si registra un'attenzione crescente nell'ultimo periodo

- lo sguardo è rivolto soprattutto all'organizzazione interna della destinazione
- meno attenzione agli aspetti generali ed alla raggiungibilità (in termini di trasporto)

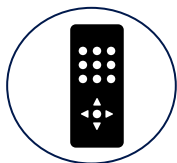
Le nuove tendenze della domanda: Dall'emergenza sanitaria, cresce l'attenzione alla sicurezza

Dialoghi sul turismo 2



L'aspetto della sicurezza sanitaria è diventato un fattore prioritario nella scelta della destinazione e della singola struttura ricettiva. Da osservare anche che l'attenzione ai costi è ormai uguagliata da quella rivolta alla presenza di elementi naturalistici e culturali come componenti irrinunciabili della vacanza

Nuove strategie per attrarre il nuovo turismo: in una società liquida serve elasticità e rapidità



ITURISTI

- Viaggeranno in modo molto diverso rispetto al passato
- Evidenziano l'**esigenza di voler avere il pieno controllo** in ogni circostanza, fase della prenotazione, compresa
- Preferiscono le strutture capaci di **enfaticizzare i dettagli**, livelli di sicurezza compresi.



LE IMPRESE

- **Sicurezza e attenzione alla salute** entrano di diritto nelle proposte commerciali
- **Soluzioni per garantire la salute dei clienti** sono **condizioni imprescindibili** per chi confeziona la vacanza.
- **TAG** come **#sicurezza** e **#fiducia** stanno condizionando la **comunicazione** e il **marketing** aziendale.



LE DESTINAZIONI

- Si fa strada un **turismo dell'accudimento** come nuova competenza delle località.
- Informare, risolvere problemi e rassicurare: le destinazioni si faranno **empatiche con i viaggiatori**.
- Lo **spirito di servizio verso l'ospite e la comunità** sarà al centro del valore della destinazione.

La sfida tra destinazioni si giocherà sulla capacità di assicurare il cliente. Determinante il ruolo delle imprese

A pochi mesi dall'insorgere della crisi provocata dal covid-19, nasce così **Ospitalità Italiana, Qualità e Sicurezza**: un percorso certificativo costruito a misura delle pmi del turismo per fornire loro una soluzione concreta capace di sostenerle in un momento così critico.

Dialoghi sul turismo 2

15%

sul totale, le Camere di commercio, attive nel coinvolgere le pmi del turismo nel percorso **Qualità & Sicurezza**

2020-21



Le trasformazioni operate sulle imprese **supporteranno le destinazioni a ripensarsi** superando le fragilità già evidenziate dalle mete dipendenti dal turismo di massa, verso destinazioni sicure e sostenibili anche per le comunità residenti.

2022

70%

sul totale, le Camere di commercio coinvolte da Isnart nell'accompagnare le proprie pmi ad autovalutare la propria compliance con gli standard di **Qualità & Sicurezza**,

2022





Cambia la comunicazione delle destinazioni: arriva il 4.0 e promuove anche la sicurezza

Nasce la guida Instagram @extraordinary_umbria

Dialoghi sul turismo 2



INTRO

VIDEO INTERVISTA

IL PERCORSO

LA MAPPA

34
AZIENDE NELLA
GUIDA 4.0

+478K
PERSONE
RAGGIUNTE IN
30 GIORNI DA
ACCOUNT

+1M
PERSONE
RAGGIUNTE
TRAMITE
CAMPAGNA
MARKETING

+ 500
INTERAZIONI IN
30 GIORNI

La ripartenza possibile: lavorare sulle destinazioni

Analizzare, prevedere, programmare,
intervenire e, quando serve, modificare in
modo agile e in tempi certi.

Grazie ai dati che elaboriamo
possiamo intervenire per:

Migliorare relazione
territorio/imprese su
istanze della domanda
(comunicazione), con
dotazione di servizi da
attivare anche con
**micro-interventi purché
dentro una visione di
medio periodo.**

1. SODDISFARE
LA DOMANDA

2. AGIRE
SULL'OFFERTA

- Sostenere le imprese che offrono/attrezzano questi micro-interventi (micro-servizi)
- Agganciare il **finanziamento** alle imprese – v. PNRR - all'**adesione per lo sviluppo della destinazione**, compresi voucher sulle dotazioni digitali, la qualificazione e l'aggregazione delle imprese.

Lavorare sulle **soft skill territoriali per sviluppare un turismo di precisione** pur privilegiando le **Infrastrutture leggere** che hanno necessità di **tempi più brevi di realizzazione** (v. percorsi ciclabili rispetto alle ciclovie ovvero puntare sull'intermodalità come raccordo tra orari dei diversi mezzi di trasporto), per rispondere rapidamente alle richieste della nuova domanda.

3. ORGANIZZARE
LE DESTINAZIONI