



08/12/2014 18.36.50 - Articolo letto 159 volte



Das Auto.



SKODA



SEAT



Veicoli Commerciali

UNA GAMMA PER LA TUA ECONC

## THALIA: CRESCE IL TURISMO ON LINE

Media voti: - Voti: 0

Alcuni alberghi e strutture ricettive lucane ancora indietro nel raccogliere questa tendenza

BASILICATA

A qualche giorno dalla chiusura della Bto, la Borsa del turismo online di Firenze, evento internazionale dedicato al travel 2.0, al quale hanno partecipato l'Apt-Regione ed operatori lucani e in prossimità delle vacanze natalizie, il Centro Studi Thalia ha "testato" il polso del mercato lucano on line. Intanto dopo le crescite sostenute degli anni scorsi (+21% nel 2012, +13% nel 2013), quest'anno il mercato online in Italia salirà ancora a due cifre, +10% a 6,8 miliardi, per il 54% realizzati dalle Online travel agency (Ota)



Piero Scutari e Fausto De Mare

come Booking e Expedia, e per il 46% dai siti di alberghi, ferrovie, compagnie aeree e tour operator. E nel 2015 la previsione è di un ulteriore sviluppo, +10% a 7,6 miliardi di euro, il più robusto tra i Paesi europei leader, anche se l'Italia resta il fanalino di coda per penetrazione online del mercato turistico (il 33% nel 2014, contro il 41% della Germania, il 46% della Francia, il 57% del Regno Unito e il 60% della Scandinavia). Un'attenta e incrociata analisi dei dati relativi all'ultimo trimestre 2014, mostra come il turismo è, in Italia, il settore predominante per quanto riguarda gli acquisti on line. Ai primi tre posti dello studio fatto da Google troviamo l'acquisto di **voli**, la prenotazione di **hotel** e l'acquisto di capi di **abbigliamento**. Il 47% di chi prenota un hotel on line, lo fa attraverso **un sito per la comparazione dei prezzi**.

Il turismo on line è donna, il 77% degli acquisti di pacchetti vacanze on line è effettuato da donne e non meravigliamoci del **fattore stagionalità**. Con l'avvicinarsi delle **vacanze natalizie**, ecco registrarsi un boom di ricerche relative a "*capodanno 2014 offerte*", "*last minute capodanno*" e "*offerte capodanno*" ed ecco come la stagionalità si rivela un fattore chiave per il business e per i clienti.

Per il C.S. Thalia gli operatori del turismo lucano – a partire dagli alberghi e strutture ricettive – sono ancora indietro nel raccogliere questa tendenza ed adeguarsi alla vendita on line. Non mancano casi di eccellenza in termini di siti accattivanti ed efficaci ma generalmente c'è molto ancora da fare perché l'industria del turismo va mantenuta all'avanguardia in termini di soluzioni innovative.

**Non basta più agire sulla leva del prezzo e garantire servizi di qualità – afferma Piero Scutari, presidente del C.S. Thalia - occorre adeguarsi ai mutamenti introdotti dalle nuove tecnologie. Le risorse vanno valorizzate e trasformate in prodotti turistici e devono poi essere comunicate sui social media e online. Dobbiamo inoltre risolvere al più presto la percezione turistica della Basilicata segmentando i mercati, innovando la metodologia del linguaggio online, rafforzando il brand e impostando una comunicazione coerente ed efficace.** Il turismo è il comparto che più di tutti in Basilicata può generare crescita e nuovi posti di lavoro, ci vogliono validi strumenti, mettere in pratica strategie, ampliare il prodotto, intervenire sulle strategie di marketing e commercializzazione, rafforzare gli elementi che fanno parte delle caratteristiche e delle competenze del territorio, lavorare sui servizi, sulla qualità, ci vuole assolutamente un cambio di passo , se non si procede in una nuova progettualità inevitabilmente si inibiscono le possibilità di crescita. Si è puntato un po' troppo su progettualità immaginative che non avevano riscontri né con le risorse umane, ne con le tradizioni, mettendo in secondo piano le fondamenta delle logiche del mercato turistico, questo con i mutamenti del mercato, non ha dato i risultati sperati, urge una nuova fase progettuale capace di dare slancio e possibilità alle potenzialità vere del turismo lucano.

--



#### Ti potrebbero interessare anche:

La Basilicata promossa su "Destination e Travel Services" - Attualità Matera

Relax e Benessere. Elegante hotel 5\* nel cuore di Torino con centro benessere (4WNet)

TURISMO FESTIVITA': DAL PREMIO THALIA 2013 LE "TENDENZE" - Attualità Matera

COME COLMARE IL GAP CON I PARCHI NATURALI PIU' NOTI SECONDO THALIA - Attualità Basilicata

Siaft in crescita, Mille contatti e tanto interesse - Attualità Matera

THALIA: PRIME INDICAZIONI PER IL RILANCIO DEL TURISMO LUCANO NEL 2014 - Attualità Basilicata

Tags: [thalia](#) | [turismo](#) | [alberghi](#) | [internet](#)