



Temi-chiave per l'offerta

Centro Studi TCI



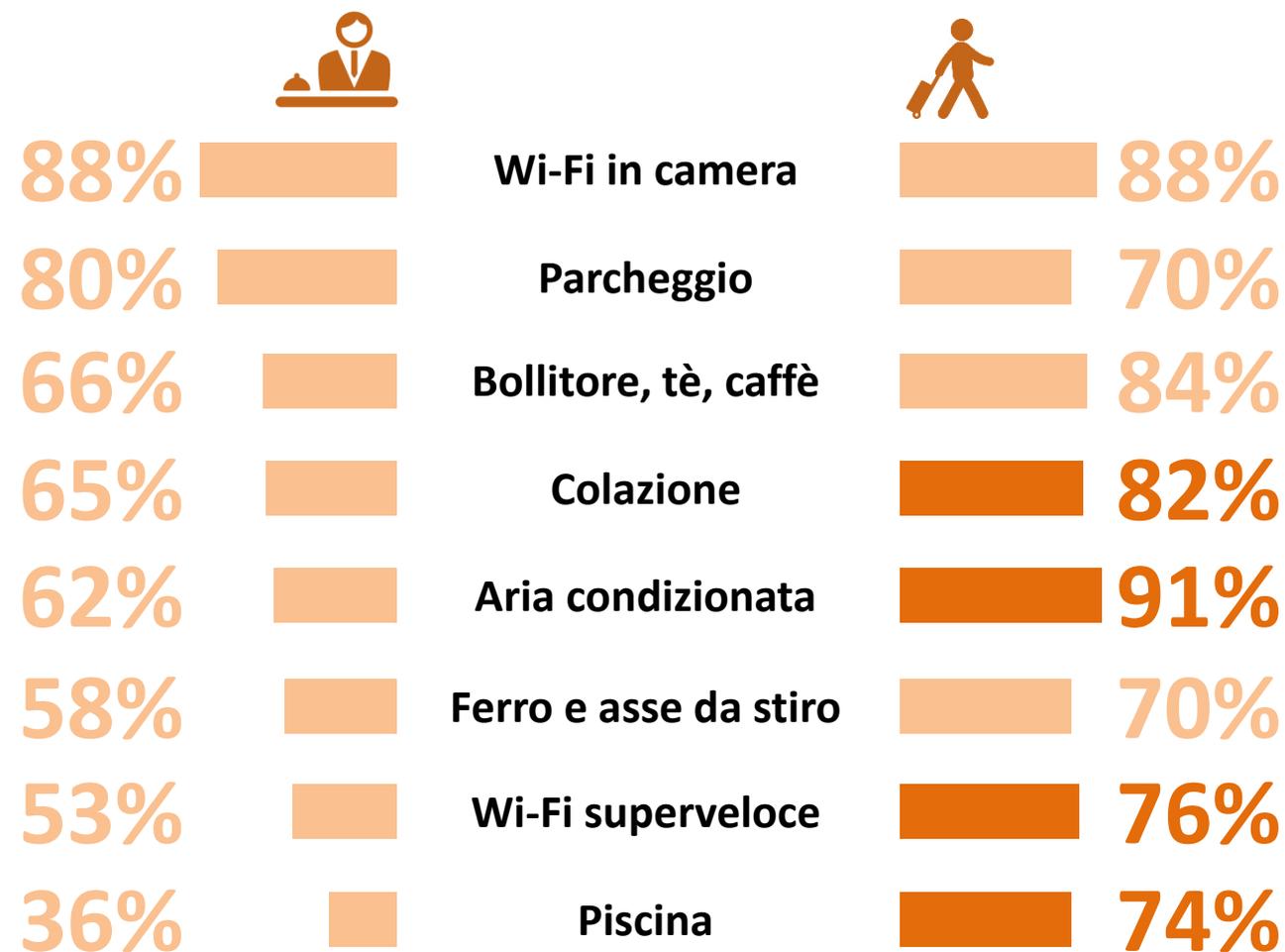


«I clienti non sono tutti uguali, occorre sviluppare sensibilità e servizi (anche senza particolari investimenti!) per venire incontro alle loro esigenze»

«Può succedere che ci sia un disallineamento tra le priorità del turista e quelle percepite dagli operatori»

Servizi inclusi nel prezzo dell'alloggio e servizi che i turisti si aspettano di trovare inclusi – 2016 (% possibili più risposte)

Base = 32 Paesi





#innovazioneeaggiornamento

«L'innovazione di prodotto e di servizio è una delle leve per garantire un futuro alle aziende ricettive: in questo l'aggiornamento professionale, soprattutto sui temi digitale, ha un ruolo importante»

*Principali fattori che secondo gli albergatori possono garantire un futuro alle strutture ricettive – 2016 (% , possibili più risposte)
Base = 32 Paesi*

93%
Recensioni on
line dei
viaggiatori

92%
Fidelizzazione
ospiti

91%
Prenotazioni
dirette

90%
Differenziazione
dalla
concorrenza

89%
Gestione
reputazione on
line

87%
Formazione
continua del
personale



#reteeterritorio

«Il turismo è un prodotto territoriale di cui gli operatori di settore non hanno pienamente il controllo perché dipende da una pluralità di attori»



OPERATORI PRIVATI



TURISTI

OPERATORI PUBBLICI



COMUNITÀ LOCALE





#reteeterritorio



OPERATORI PRIVATI

Oltre alle imprese turistiche in senso stretto, occorre considerare le filiere che concorrono a definire la vocazione turistica di un territorio

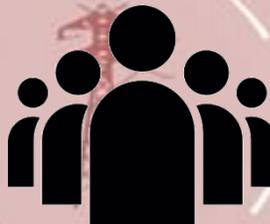


TURISTI

Turisti ma anche consumatori, utenti di servizi, cittadini

OPERATORI PUBBLICI

Dai Comuni al MiBACT, una governance che in questi decenni ha sancito un'interpretazione "locale" del turismo, con vantaggi e svantaggi



COMUNITÀ LOCALE

Animata da atteggiamenti diversi, tutti da gestire: diffidenza, indifferenza, interesse (es. Progetto Touring volontariato culturale)



Il progetto

1. *Accordo tra TCI e gli enti proprietari di beni chiusi al pubblico*



2. *Reclutamento e formazione volontari locali (Volontari per il Patrimonio culturale)*



3. *Apertura, presidio siti e supporto informativo ai visitatori attraverso i Volontari*



I benefici

1. *Valorizzazione dei beni culturali a beneficio di turisti e residenti*



2. *Immagine positiva di un territorio che si prende cura del proprio patrimonio*



3. *Rafforzamento del senso di appartenenza dei residenti*



I numeri

65 luoghi aperti in 27 città



Quasi 10 mln di visitatori accolti dal 2005



Oltre 2.000 volontari sul territorio





#reteeterritorio

«Gli operatori sono in competizione ma è importante che collaborino per incrementare flussi e migliorare i servizi»

«Occorre dialogare con la filiera (guide, artigiani, produttori ecc.) perché qualifica il turismo motivazionale»

«Sfruttare le sinergie pubblico-privato, pur nella ristrettezza dei budget»

«È cambiato il concetto di bene comune: non solo è di tutti, ma è sempre più estesa la responsabilità della sua cura/gestione»



Lavoro sul territorio
(consapevolezza, cultura dell'accoglienza, collaborazione tra operatori privati e tra pubblico e privato)



Il mio territorio può contare su attrattori e risorse coerenti con i trend della domanda?

Sono facilmente fruibili e accessibili? (apertura, informazioni, segnaletica ecc.)

Queste risorse sono integrate con i servizi di altri operatori in modo da facilitare il turista?

Esistono luoghi fisici e virtuali dove il prodotto è visibile e acquistabile dal consumatore?



#darisorsaaprodotto



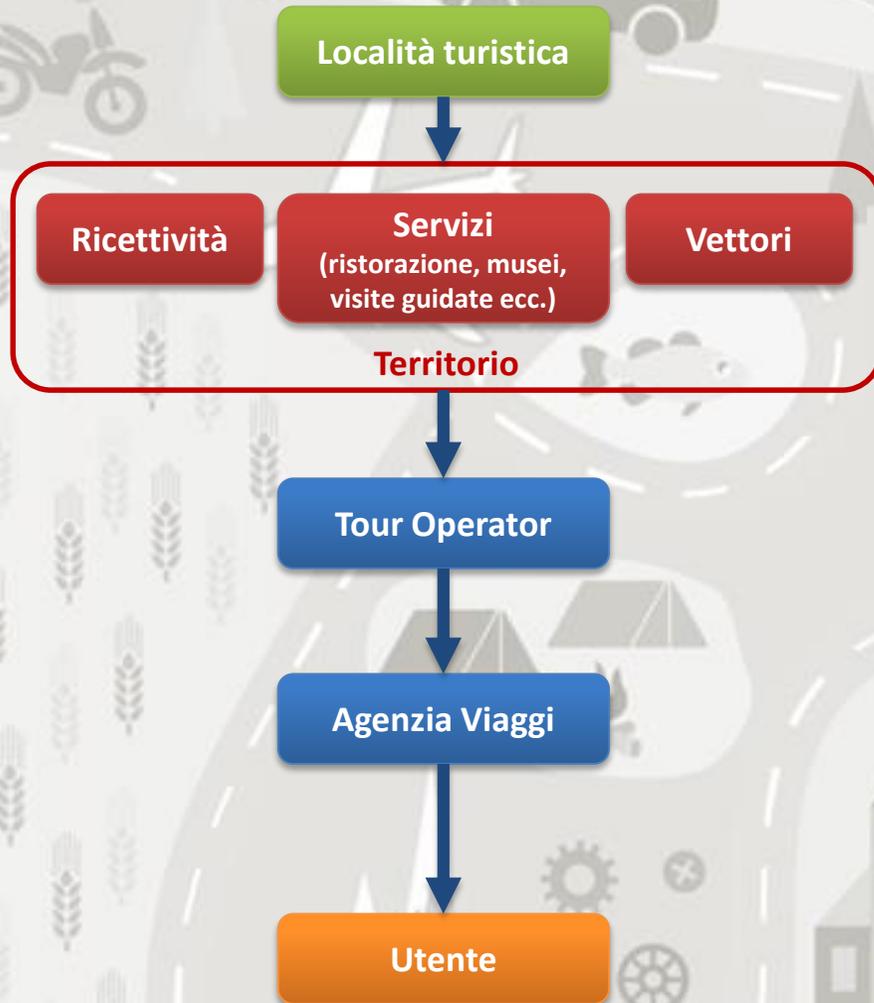
Si lavorerà su questi aspetti attraverso incontri di brainstorming coadiuvati da facilitatori

Si lavorerà sul prodotto attraverso gruppi specifici



#lafilieraturistica

Dalla filiera tradizionale...



...alla filiera «digitale»

