

# Il turismo online visto da dentro

**Viaggiatori d'Internet** Le opportunità offerte sulla rete nascondono una realtà complessa. Gli appassionati di tecnologie gioiscono a ogni novità, mentre gli albergatori si sentono messi in disparte

Marco Faré

Tra le tante cose che internet ha cambiato, una di queste è certamente il turismo. Rispetto a pochi anni fa, il turista oggi ha l'opportunità di informarsi meglio sulle località che intende visitare. In rete troverà non solo i testi ufficiali degli enti turistici locali, ma anche notizie di cronaca, previsioni del tempo aggiornate, tante tante immagini e video.

**La rete ha cambiato il mercato legato al turismo, mettendo in contatto fornitori e consumatori**

Ma soprattutto, troverà i commenti e le opinioni di altri turisti. Alberghi, ristoranti, attrazioni di vario tipo: nessuno è immune al passaparola elettronico. I turisti, da sempre, amano raccontare i loro viaggi, descrivere le meraviglie che vedono, o parlarne male quando è il caso. Se ieri ciò accadeva in privato, oggi è tutto in rete. Possiamo leggere i racconti di persone che non conosciamo e vedere le fotografie che hanno scattato.

C'è da fidarsi? Ognuno ha i suoi gusti, i suoi umori. Se i commenti sono positivi o negativi, dipende parecchio

dall'aspettativa che si ha. Dobbiamo imparare a livellare i giudizi, a leggere tra le righe, a fare la media tra diversi racconti di persone diverse che non conosciamo e che non si conoscono tra di loro.

La rete ha cambiato anche il mercato legato al turismo. Profondamente. Internet ha messo in contatto diretto fornitori e consumatori, saltando la catena di intermediari come i tour operator e le agenzie di viaggio. Qualcuno, d'altra parte, ha inventato nuovi tipi di intermediazione: agenzie online o siti per condividere commenti, foto e video. L'unico limite è la fantasia.

I meccanismi del mercato del turismo online sono stati sviscerati durante la giornata svizzera del convegno Enter2010, tenutosi di recente a Lugano all'Università della Svizzera italiana. La giornata svizzera, dedicata agli operatori locali, ha visto la partecipazione di numerosi albergatori. In particolare, sono state messe in luce alcune derive che preoccupano la categoria.

La preoccupazione principale è quella relativa alle commissioni pretese dai nuovi intermediari globali, come Expedia.com e Booking.com. Una buona parte delle prenotazioni effettuate in rete (un terzo di quelle totali) passa attraverso uno di questi operatori online.

L'idea è buona, e sembra vantaggiosa per tutti: il turista trova su un unico sito molti alberghi, descritti in modo

uniforme e i cui prezzi sono indicati chiaramente. Chi viaggia abitualmente, inoltre, potrà beneficiare di vantaggi pratici (non dovrà immettere ogni volta i suoi dati) e avrà molta facilità nel tenere traccia delle prenotazioni effettuate. L'acquisto di biglietti aerei oppure la prenotazione di un'auto a noleggio può avvenire contestualmente alla prenotazione, snellendo le operazioni e consentendo di sfruttare degli sconti.

I vantaggi esistono anche per l'albergatore: la visibilità che si può ottenere grazie a uno di questi portali famosi è incredibile e regala l'opportunità di essere trovati facilmente, da tutto il mondo.

Tutto bene? Non tanto. L'11 settembre 2001 ha cambiato le cose. Il turismo è caduto in una crisi profonda, che ha spaventato ogni albergatore del pianeta. La reazione è stata quella di svenire. Tutto. I prezzi a camera sono crollati, i grandi portali di intermediazione hanno colto la palla al balzo rinegoziando gli accordi a loro vantaggio, con commissioni che arrivano al 30% e costi fissi sempre più elevati.

Da preziosi alleati, queste organizzazioni si sono trasformate in aziende che offrono un servizio irrinunciabile (gli alberghi non ne possono fare a meno) a costi elevatissimi. L'impressione, secondo Carlo Fontana, general manager dell'Hotel Lugano Dante e presidente di Hotellerie Suisse Lugano, è che



Giorgio Montersino

siano soltanto gli albergatori a pagare i vantaggi di cui il cliente beneficia. L'appiattimento dell'offerta, l'ossessione del prezzo, le commissioni sproporzionate stanno soffocando gli albergatori, che fanno sempre più fatica a offrire un servizio all'altezza delle aspettative.

La speranza di Fontana è quella di trovare soluzioni che distribuiscano i vantaggi (e i costi) su tutti i soggetti coinvolti: albergatori, intermediari e clienti. Non è facile. Le vie prospettate sono tre: tanto per cominciare, gli albergatori devono imparare a usare gli strumenti della rete. E devono farlo in fretta. Soltanto in questo modo possono gestire i commenti alle loro strutture, soprattutto quelli negativi, e muoversi tra le piattaforme online con agilità, ottimizzando la formazione del personale grazie agli strumenti informatici. Devono inoltre fare molto bene il loro lavoro, sfruttando le interazioni online per personalizzare il trattamento dei clienti.

La terza via, sottolineata da Rodolfo Baggio, docente all'Università Bocconi di Milano, è quella della collaborazione. Collaborazione per offrire alternative ai grandi portali, con condizioni vantaggiose per i turisti e spese accetta-

bili per gli alberghi. Un primo esempio è stato illustrato, sempre durante la giornata svizzera di Enter2010, da Filippo Cervi, imprenditore italiano che ha collaborato con Confindustria Alberghi e Confindustria Aica (catene alberghiere). Il sito che l'azienda di Cervi sta preparando è un portale di prenotazione riservato ai dipendenti delle aziende affiliate a tutta Confindustria. Le cifre sono promettenti: 2400 alberghi, 360 destinazioni, 141 mila aziende, oltre 6 milioni di potenziali clienti.

A caratterizzare l'evoluzione del mercato legato al turismo, online come offline, è la velocità. Non è possibile, per gli operatori fermarsi a guardare. I turisti prenotano sempre più all'ultimo momento e diventano sempre più esperti ed esigenti, aiutati dalle tecnologie che evolvono in continuazione. I prossimi sviluppi, legati soprattutto all'uso della rete attraverso dispositivi mobili, come i telefonini più avanzati, ci porteranno a goderci le nostre vacanze come ora non riusciamo a immaginare.

Links

www.enter2010.org/

## A Lugano il convegno Enter2010, dedicato all'eTourism

Enter è uno dei convegni internazionali più importanti nel settore dell'eTourism. È promosso dalla Ifitt (*International Federation of Information Technology in Travel and Tourism*) ed è stato organizzato dal laboratorio webatelier.net, diretto dal professor Lorenzo Cantoni. Enter offre una preziosa op-

portunità di incontro tra ricercatori, manager delle destinazioni e operatori economici del settore. Il suo scopo è quello di esplorare il futuro delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione nel turismo. I circa 400 partecipanti, provenienti da tutto il mondo, si sono divisi per tre giorni in sei sessioni

parallele, esplorando diversi temi: marketing online, motori di ricerca specializzati, multimedialità e realtà aumentata, applicazioni mobili, eLearning, reputazione online e altri. Una delle giornate è stata dedicata agli operatori locali e ha visto la partecipazione di numerosi albergatori.

## Vacanze romane armati di iPhone

**Viaggiatori d'Occidente** Esperienza vincente

Claudio Visentin

A Berna, la Biblioteca nazionale ha da poco aperto una mostra importante dedicata all'immagine della Svizzera nelle guide turistiche internazionali («Fascino svizzero», fino al 27 giugno, [www.nb.admin.ch/aktuelles/1962/03016/03076/index.html?lang=it](http://www.nb.admin.ch/aktuelles/1962/03016/03076/index.html?lang=it)). Una raccolta di trecento guide per mostrare come la Svizzera è stata pensata e raccontata nel tempo ai turisti, costruendo, o comunque influenzando non poco, l'immagine del nostro paese all'estero. Il curatore si perde per strada la ricerca che ho pubblicato in volume (!) nel 2007 per conto di Hôtellerie Suisse Lugano, e che ha aperto questo filone di ricerca, ma pazienza. Quanto meno si dà finalmente il giusto valore a questi pratici volumi, tanto e ingiustamente bistrattati dalla critica, che li ha accusati di accecare il turista, e di rendere stereotipata e banale la sua esperienza.

Tuttavia, sia pure senza volerlo, la mostra bernese potrebbe anche essere il canto del cigno per le guide cartacee. Da diverso tempo infatti – almeno dieci anni – si dà per scontato che saranno presto sostituite da supporti elettronici, ma

nei fatti non è ancora andata così. Sarà che le guide in volume – economiche, pratiche, che si possono annotare e infilare in tasca – condividono la quasi perfezione raggiunta dall'oggetto libro dopo una lunga evoluzione: «Il libro è come il cucchiaio, il martello, la ruota, le forbici. Una volta che li hai inventati, non puoi fare di meglio» sostiene Umberto Eco con parecchie ragioni (ma dei cinque oggetti presi ad esempio, il libro appare il più traballante...).

Per restare alle guide, prima di metterle da parte però bisogna capire quale tecnologia debba supportare le informazioni per i viaggiatori. Qualche anno fa, per esempio, si pensava che i navigatori satellitari avrebbero svolto questa funzione, ma era una falsa pista. Ora il Touring Club Italiano ha provato a trasferire le sue celebri Guide verdi sull'iPhone. Primo titolo Roma (seguiranno Firenze, Venezia, Torino, Milano, Napoli), un test impegnativo; e dato che mi trovavo proprio là, ho potuto provarla per primo, o quasi, requisendo per un giorno l'iPhone al figlio adolescente. Che effetto fa visitare la città immortale guidati dal proprio telefono?

Lo scaricamento dalla rete

(<http://itunes.apple.com/it/app/roma/id353727986?mt=8>) è semplice e rapido, il costo modesto (€ 5,99), un quarto o anche meno della guida cartacea. È possibile scegliere diversi itinerari ben fatti, anche se alla fine si finisce per navigare sulla mappa generale. All'inizio fatico a orientarmi sulla cartina, a causa dello schermo piccolo, e per un po' alterno l'uso dell'iPhone con la carta tradizionale, poi mi abituo, ingrando o riducendo l'immagine con le dita a seconda del bisogno, come di consueto. Per semplificare l'uso è anche consigliabile lasciare sullo schermo solo una delle tre categorie fondamentali di informazioni – vitto e alloggio, visite, altre attività. Una volta trovato quel che si cerca, per esempio un hotel o un ristorante, è possibile visitare il relativo sito web e magari prenotare online; oppure mandare una mail, o telefonare. Interessante.

Parto da Piazza di Spagna e Trinità dei Monti, costeggio Villa Medici e il Pincio fino a Piazza del popolo. Nella chiesa di Santa Maria del popolo decido di seguire la traccia dei dipinti di Caravaggio. L'ispirazione viene da sé, ammirando la



ClonolSnake

*Conversione di san Paolo e la Crocifissione di san Pietro*: è una predilezione personale, e inoltre alle Scuderie del Quirinale, fino al 13 giugno, c'è un'importante mostra dedicata a questo pittore, molto reclamizzata in città. Guardo e leggo.

Con un ingombro minimo si ha a disposizione un buon livello d'approfondimento, ampiamente sufficiente se non si è degli storici dell'arte. Attraverso il centro di Roma fino al Mausoleo di Augusto, poi mi dirigo verso Piazza Navona. Nei tratti in movimento viene spontaneo orientare lo schermo secon-

do i punti cardinali, ma così facendo può capitare di avere le scritte al contrario, ed è decisamente scomodo. Nel frattempo comincia a piovere, ma l'iPhone può essere protetto in tasca (con un lettore più grande – la guida può funzionare anche su Kindle – sarebbe più difficile). A San Luigi dei Francesi seconda tappa dedicata a Caravaggio, davanti alla *Vocazione di san Matteo*.

Ho più tempo, e vorrei approfondire, ma l'iPhone non lo consente, neanche a pagamento. Un aspetto da migliorare. Ci sono altri difetti, ma è nella logica di questi strumenti che gli utenti segnalino perfezionamenti da introdurre nelle successive versioni: trattandosi di un software, e non di un testo a stampa, le modifiche sono facili e non costose.

Alla fine dell'itinerario ho preso una certa confidenza, e sono quasi convertito. Aggiungete che sono disponibili, sempre per iPhone, anche i dizionari delle principali lingue, pubblicati da Vallardi, e sempre a prezzo modesto (€ 3,99 l'uno), e capirete che sì, forse (forse) questa è la volta buona per dire addio alle guide cartacee, del tutto o in parte; per il cucchiaio, ci vorrà ancora un po'.