

## Agenzie tradizionali e web: tutti i numeri della promo-commercializzazione

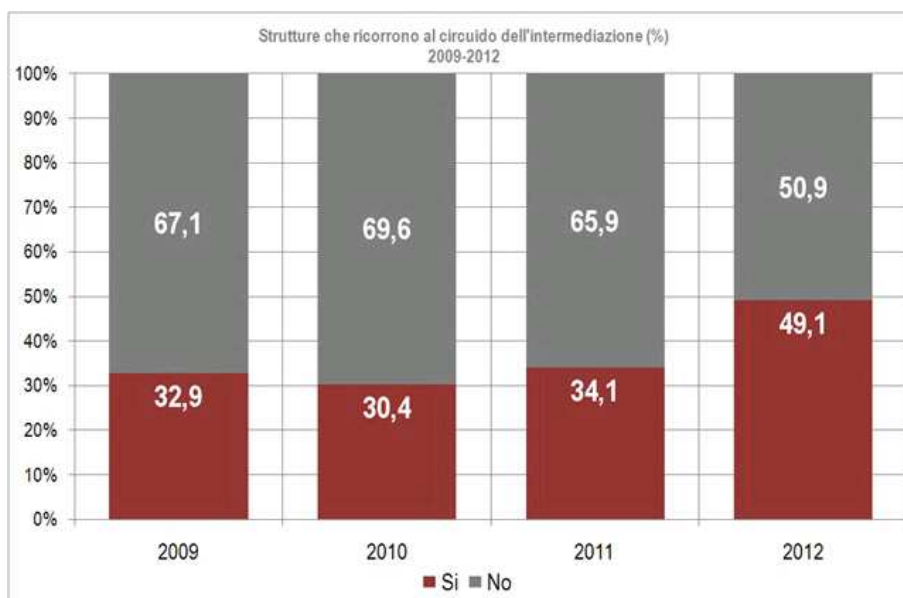
All'interno di un quadro economico caratterizzato da una forte pressione e competitività che pesa su più settori produttivi del nostro Paese si definisce la necessità, come nel comparto turistico, di strutturare in modo più consapevole la propria offerta anche tramite l'ausilio degli strumenti dell'intermediazione che rappresentano un'opportunità fondamentale per rafforzare le politiche di promo-commercializzazione. Tale consapevolezza raggiunge nel 2012 il sistema ricettivo italiano che per far fronte alla debolezza del mercato, in un clima di congiuntura economica, sceglie di collaborare in modo più incisivo con i canali dell'intermediazione di viaggio: le imprese ricettive italiane allungano il portafoglio prenotazioni grazie al ricorso al sistema dell'intermediazione. Nel 2012 il 49,1% delle strutture ricettive italiane ha utilizzato questo canale di vendita registrando una crescita del +15% rispetto al 2011, anno in cui si era già verificata una crescita del +3,7% della quota di imprese legate a questi strumenti (**tabella 1**).

In particolare si rivolgono sempre più ai grandi portali web (il 73,7% delle strutture), ma in pari quota anche al sistema "tradizionale" e nel dettaglio alle agenzie di viaggio (35,3%), ai tour operator (33,3%) ed alle agenzie che operano on-line (22,9%), canali che registrano complessivamente dati più contenuti rispetto allo scorso anno (**tabella 4**).

Un ricorso maggiore che ha portato nel 2012 una crescita della quota dei turisti organizzati all'interno delle imprese ricettive: il 15,7% rispetto all'11,4% del 2011 (+4,3%).

Il vantaggio di utilizzare l'intermediazione è ben visibile nei risultati di vendita ottenuti lungo l'intero anno: anche nei singoli mesi del 2012 le strutture ricettive che hanno utilizzato la commercializzazione organizzata hanno realizzato maggiori tassi di occupazione, specie in bassa stagione con punte del +15,7% a settembre come del +13,9% ad aprile (**tabella 5**).

**Tabella 1**



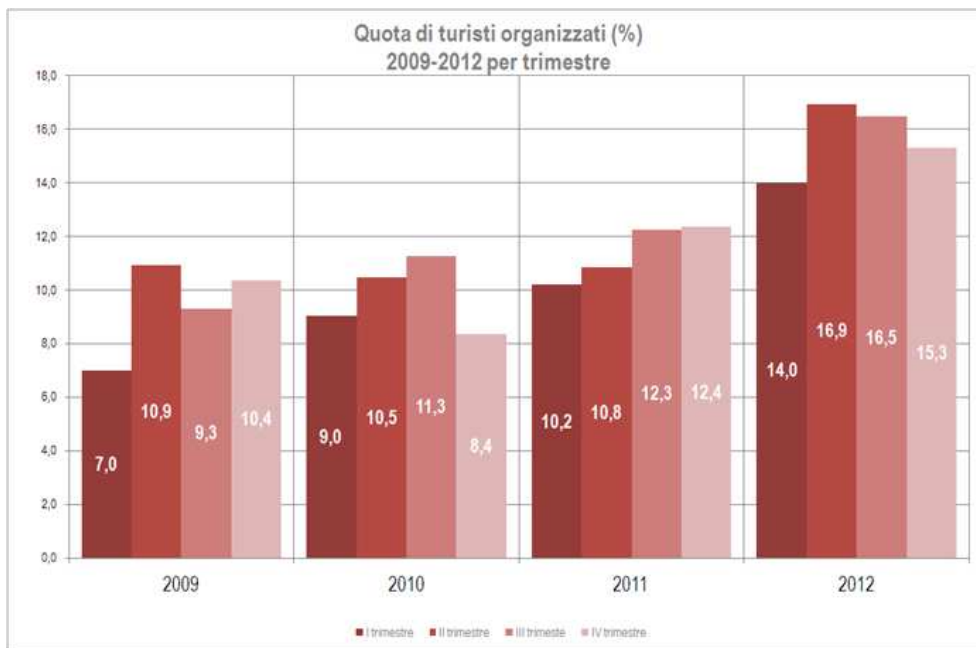
Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo - dati Unioncamere

**Tabella 2**

Turisti organizzati (%)					
	2008	2009	2010	2011	2012
I trimestre	8,80	7,00	9,00	10,20	14,00
II trimestre	10,60	10,90	10,50	10,80	16,90
III trimestre	9,50	9,30	11,30	12,30	16,50
IV trimestre	8,20	10,40	8,40	12,40	15,30

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo - dati Unioncamere

Tabella 3



Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo - dati Unioncamere

Tabella 4

Circuiti di intermediazione utilizzati nel 2012			
% sul totale strutture che ricorrono all'intermediazione; possibili più risposte			
	2011	2012	VAR 2012/2011
Tour operator	47,70	33,30	-14,40
Agenzie di viaggio	50,00	35,30	-14,70
Agenzie di viaggio on line	34,00	22,90	-11,10
Grandi portali	n.d	73,70	
Cral	3,20	0,90	-2,40
Parrocchie	2,90	0,50	-2,40
Organizzazione religiosa	3,10	0,60	-2,50
Scuole	3,70	0,70	-3,00
Associazioni culturali	5,10	1,50	-3,60
Associazioni sportive	5,50	0,90	-4,60
Altro	3,90	2,50	-1,50

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo - dati Unioncamere

Tabella 5

Occupazione camere e il ricorso all'intermediazione anno 2012			
	Strutture <u>che ricorrono</u> al circuito dell'intermediazione	Strutture <u>che non ricorrono</u> al circuito dell'intermediazione	Italia
<b>Gennaio</b>	34,50	26,00	31,00
<b>Febbraio</b>	34,10	25,30	30,50
<b>Marzo</b>	37,90	28,00	33,60
<b>Aprile</b>	40,40	26,50	35,10
<b>Maggio</b>	42,00	29,20	36,80
<b>Giugno</b>	47,90	35,70	42,90
<b>Luglio</b>	64,50	58,90	62,20
<b>Agosto</b>	71,90	69,00	70,70
<b>Settembre</b>	49,80	34,20	44,30
<b>Ottobre</b>	40,90	28,00	36,50
<b>Novembre</b>	31,30	22,50	28,40
<b>Dicembre*</b>	24,00	23,60	23,80

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo - dati Unioncamere

\* Dato riferito al mese di dicembre 2012 provvisorio

Così come per la maggior parte dei settori produttivi, Internet sta entrando a pieno ritmo nelle dinamiche di vendita facendo sì che l'utilizzo delle vetrine e degli strumenti del web si stia tendenzialmente evolvendo anche nelle imprese ricettive italiane.

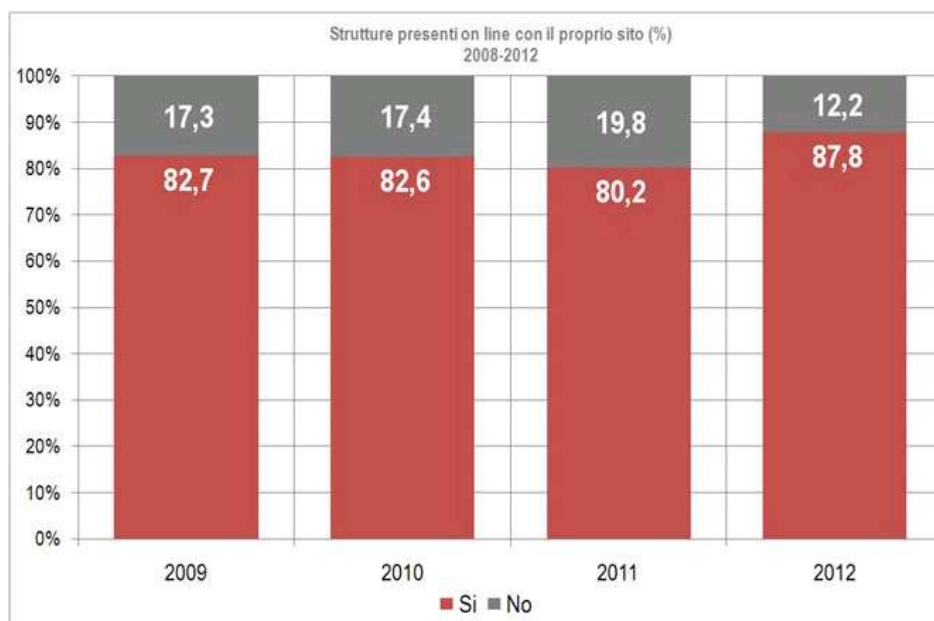
Quasi stabile la quota di imprese presenti on-line (tabella 6) con un proprio sito (dall'82,7% del 2009 all'87,8 del 2012) ma sale al contempo la quota di quelle che consentono il booking diretto dal web (tabella 7), raggiungendo il 63,6% delle strutture ricettive italiane (73,8% tra quelle alberghiere del IV trimestre 2012), ad indicare un ulteriore step del comparto verso le diverse applicazioni nell'ambito virtuale (crescendo dal 54,3 del 2010).

A differenza degli altri trimestri del 2012 che hanno evidenziato un aumento costante rispetto al passato (picco di crescita nel I trimestre: da 36,1% a 61,9%) l'ultimo trimestre si caratterizza per una quota più contenuta di clientela che ha prenotato on-line (tabella 8), pari al 38,9% (contro il 50,6% del 2011), che raggiunge il 45,3% nelle strutture del Centro Italia mentre tra le aree prodotte si attesta al 44,1% al lago ed al 43,1% in città.

I canali da cui prenota la clientela indicano in prevalenza la prenotazione diretta dal sito di proprietà (15,7%), tramite mail (13,1%) e dai grandi portali (10,1%); quest'ultima modalità di prenotazione è molto più importante nei 5 stelle dove raggiunge il 20,4%.

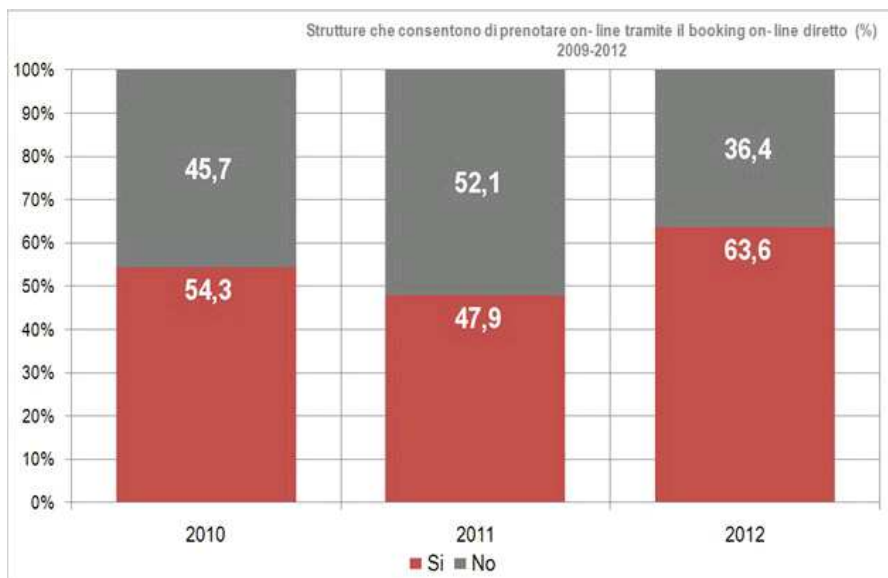
Anche in rapporto all'uso dei social network (tabella 9) le imprese ricettive italiane mostrano una crescente apertura verso l'uso di questi strumenti registrando una presenza, complessivamente, del 41,8% delle strutture (50,2% delle strutture alberghiere e 35,5% di quelle complementari), in forte aumento negli ultimi due anni (19,8% nel 2011 e 33,3% nel 2012).

**Tabella 6**



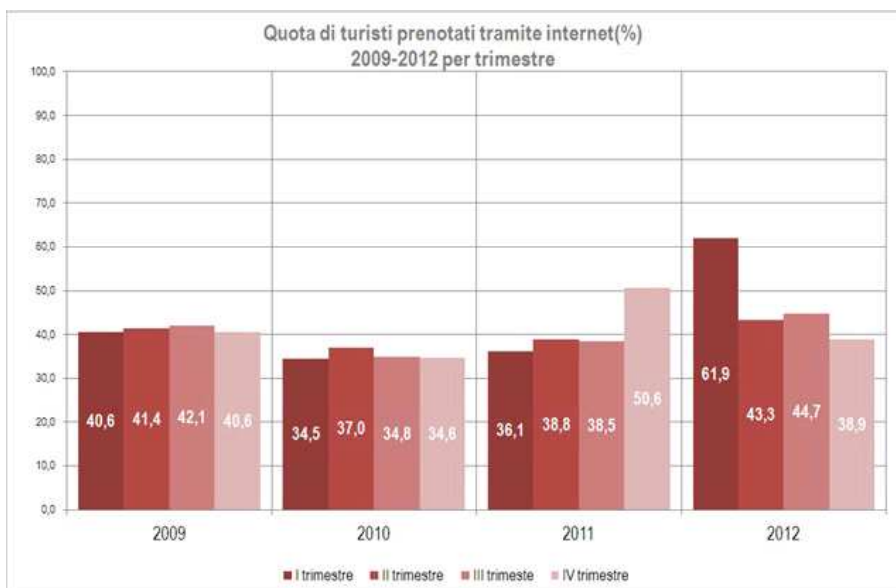
Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo - dati Unioncamere

**Tabella 7**



Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo - dati Unioncamere

**Tabella 8**



Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo - dati Unioncamere

**Tabella 9**

Strutture presenti in social network (%)			
	2010	2011	2012
<b>Alberghiero</b>	20,80	37,30	50,20
<b>Extralberghiero</b>	18,90	30,30	35,50
<b>Italia</b>	19,80	33,30	41,80

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo - dati Unioncamere

[Torna alla prima pagina](#)

