

Viaggiare 2.0? Bit è in pole position

15:04 || 29 Giugno, 2009 in [Turismo](#)

Cliccare uguale viaggiare. È 'l'equazione' che emerge dalle recenti ricerche che analizzano l'evoluzione del Travel 2.0, ovvero il turismo elettronico sul web interattivo di seconda generazione. Un ruolo polivalente, quello della Rete: non solo è per i nuovi viaggiatori quello che il Baedeker era per i pionieri del turismo nell'Ottocento – cioè la fonte più fidata di informazioni provenienti da chi ha già viaggiato – ma è anche un po' Agenzia di Viaggi, un po' Tour Operator, catena alberghiera o compagnia aerea. Tutti gli attori della catena del valore del turismo stanno traendo vantaggi dalla crescita dell'e-travel, inclusa l'intermediazione.



E, proprio come ai tempi del Grand Tour dei primi viaggiatori, l'Italia risulta una delle destinazioni favorite dalla crescita del Travel 2.0. Il Rapporto e-Tourism 2008, curato da Rodolfo Baggio e Magda Antonioli Corigliano del MET – Master in Economia del Turismo dell'Università Bocconi, ha analizzato oltre 8.300 transazioni reali, confermando che l'Italia è tra le destinazioni più 'cliccate'. Tra i paesi che generano transazioni online per il 'prodotto Italia', ai primi 5 posti troviamo USA (38,7%), Francia (10,7%), Belgio (10,5%), UK (9,8%) e Italia (7,9%).

Tra le motivazioni di viaggio degli acquirenti online, dopo must come l'arte (70%) e, a diverse lunghezze di distacco, la natura (10%), troviamo motivazioni di viaggio come il trekking (10%) il golf (6%) e le Spa (4%), che evidenziano il trend crescente verso tipologie di turismo tematico sempre più diversificate.

Il Rapporto nota che, per i loro acquisti turistici online, gli italiani si rivolgono tanto agli Operatori quanto all'intermediazione. Poiché meno di un terzo (il 30%) dei siti di e-tourism più utilizzati ha sede legale in Italia e considerato che i calcoli sono normalmente basati sui soli operatori online italiani, come sottolinea il Rapporto, il mercato reale italiano dell'e-tourism è almeno tre volte superiori rispetto alle stime abituali. Ancora enormi, dunque, i margini di crescita per Operatori e intermediari del Bel Paese.

Il boom del Travel 2.0

La ragione del boom del turismo online ha un nome: Travel 2.0. In tutto il mondo, l'e-travel sta ormai migrando in modo massiccio al web di seconda generazione: un'esperienza online dove i contenuti sono generati in gran parte dagli utenti, oltre che dagli Operatori. Immagini, video, racconti delle proprie esperienze di viaggio, recensioni di strutture, attrazioni turistiche e destinazioni: sono solo alcuni esempi dei contributi che il Viaggiatore può "caricare" in Rete. Diventando componente attivo nella catena del valore del prodotto turistico.

"Il Travel 2.0 è ormai riconosciuto come efficace strumento che completa e potenzia i canali tradizionali nel far incontrare domanda e offerta – commenta Corrado Peraboni, Amministratore Delegato di Fiera Milano Expects, organizzatore di Bit .– È una grande opportunità per il nostro Paese e per gli Operatori che Bit, come manifestazione di riferimento per il settore, ha il dovere di aiutare a cogliere".

"Già a fine '900 chiunque poteva pubblicare in rete – spiega Roberto Peretta, docente di Comunicazione Digitale

per il Turismo all'Università di Bergamo – Ma ora in rete si sono massificati data base, multimedialità e interazione automatica. È più facile per chiunque condividere immagini, video e giudizi. È uno spostamento del principio di credibilità: adesso i turisti, anziché fidarsi di dépliant, guide o enti turistici, vanno a leggere che cosa altri turisti pensano, hanno fotografato o filmato”.



Un percorso che Bit ha intrapreso da tempo e che ha condotto nel 2008 alla nascita di Bit Channel (www.bit-channel.it). Accolto immediatamente da un grande riscontro del pubblico dei Vaggiatori, Bit Channel è diventata rapidamente una delle più rappresentative community italiane per i video turistici, che coinvolge sia gli Operatori sia i Viaggiatori in un ambiente interattivo e coinvolgente.

In un anno sono stati 239.716 i visitatori unici e 2.811.544 le pagine viste. Solo negli ultimi due mesi, i visitatori unici sono stati 41.173 ad aprile e 72.258 a maggio (+75,5%) e le pagine viste 186.169 ad aprile e 296.752 a maggio (+59,4%), che equivale ad almeno 4 pagine viste da ogni visitatore a maggio 2009. I navigatori hanno raggiunto Bit Channel digitando ben 2.550 “parole chiave” diverse nei motori di ricerca, a dimostrazione dell’ampiezza dei contenuti. Un risultato che nasce anche dalle partnership con portali di informazione, tra cui il canale viaggi de IlSole24Ore.

Le ragioni di questo successo? Tra le altre, sezioni speciali e tematiche (mare, montagna, wildlife, moto, Africa...) che valorizzano i video degli utenti; mentre grazie all’esclusiva applicazione della Video MAP, i contenuti caricati possono essere ricercati su una mappa satellitare di immediata e facile navigazione.

Una delle novità di quest’anno è l’integrazione del Concorso Bit-Channel – premio per i migliori video caricati sul sito – con il Bit Tourism Award, l’ormai tradizionale riconoscimento di Bit al meglio del turismo. Il ‘nuovo’ Bit Tourism Award sarà un concorso gestito totalmente online tramite Bit Channel, che prevede una doppia votazione: una per il Pubblico, promossa attraverso i più importanti media, premierà le mete italiane e internazionali preferite dai Viaggiatori, e una riservata agli Agenti di Viaggi italiani, che sceglieranno i protagonisti del settore più apprezzati. Ciò permetterà di raccogliere e mettere a disposizione degli operatori del comparto turistico preziosi dati statistici sulle tendenze e sui desiderata del Viaggiatore di oggi.

Per il Pubblico, la votazione online sarà integrata dalla possibilità di caricare sul sito video, diari di viaggio e fotografie, che potranno essere votati dai visitatori di Bit Channel partecipando così all’estrazione di premi – viaggi e device tecnologici – sia tra gli autori sia tra i votanti.

Il Sistema Turismo si prepara alla sfida

Secondo la survey sugli Operatori Turismo 2.0 in Italia: scenario, trend, opportunità, condotta da Next Value, nel 2008 il booking online in Italia è aumentato più velocemente rispetto alle medie europee, con un tasso atteso del +22% fino al 2010. E gli Operatori si stanno attrezzando. Per quasi un terzo del panel intervistato da NextValue, l’adozione di practice di Travel 2.0 è di grande importanza (in particolare, “molto significativa” per il 27% e “indispensabile” per il 3%).

E in cosa consistono queste practice? Sul podio delle tecnologie prioritarie gli Operatori pongono quelle di social

networking (60%), mapping (41%) e blog/video blog (24%). In questo scenario, Bit si colloca in 'pole position' con tecnologie innovative che indirizzano le applicazioni più richieste da Operatori e Viaggiatori. Come Visual Italy: il nuovo sistema di georeferenziazione su mappe satellitari e visualizzazione tridimensionale dei luoghi d'interesse turistico, per promuovere il territorio regionale e l'offerta turistica con una soluzione tecnologica all'avanguardia, arricchita da un'ampia gamma di contenuti e di funzionalità. È stata la Lombardia (www.visual-italy.it/lombardia) la prima regione in assoluto a implementare questa tecnologia tutta italiana per le mappature a 360°, nata dalla collaborazione tra Bit e Seat Pagine Gialle sulla base della tecnologia PagineGialle Visual, con le immagini aeree di Telespazio e l'apporto di Telecom Design.

Conclude Peraboni: "Noi abbiamo da tempo intrapreso questa strada, rivitalizzando lo 'storico' prodotto fieristico nel contesto di un sistema integrato di promozione e comunicazione, con tecnologie innovative come la web tv Bit Channel, la piattaforma Visual Italy e il Bit Tourism Award. Il riscontro dei mercati è per noi la migliore dimostrazione della correttezza della strategia intrapresa, e ci spinge a continuare su questa strada con nuove iniziative che continueremo a sviluppare".

La 30.ma Bit – Borsa Internazionale del Turismo si tiene al quartiere fieramilano a Rho da giovedì 18 a domenica 21 febbraio 2010.