



Osservatorio Innovazione Digitale nel Turismo

Il Turismo digitale in Italia

Eleonora Lorenzini

27 Gennaio 2017

Mission dell'Osservatorio Innovazione Digitale nel Turismo

Comprendere le opportunità generate dall'innovazione digitale per il mondo del Turismo e supportare imprese, pubblica amministrazione e destinazioni nel governare il cambiamento

3 Pilastri del Valore dell'Osservatorio



Ricerca

Sviluppare analisi e ricerche che aiutino gli attori a comprendere l'Innovazione Digitale nel Turismo: ambiti applicativi, comportamento dei turisti digitali, evoluzione tecnologica, struttura della catena del valore, startup, ecc.



Community

Creare occasioni di incontro e di confronto tra i principali attori che compongono questo mercato in un **contesto pre-competitivo** con l'obiettivo di promuovere lo sviluppo del mercato stesso

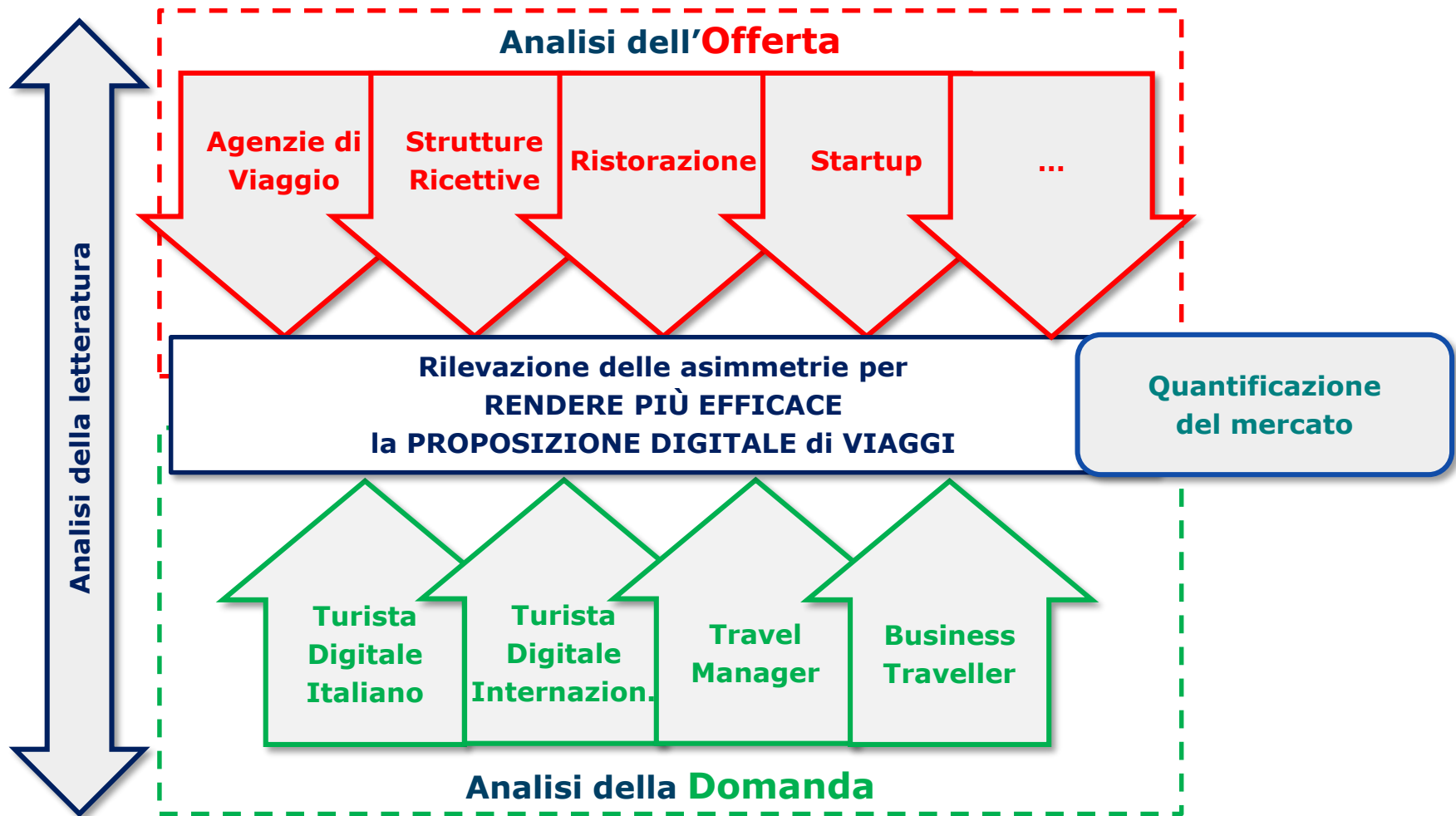


Comunicazione

Creare cultura e diffondere la conoscenza sui temi dell'Innovazione Digitale nel Turismo presso le aziende del settore e i potenziali utenti (organizzazioni pubbliche e private, lavoratori e consumatori)

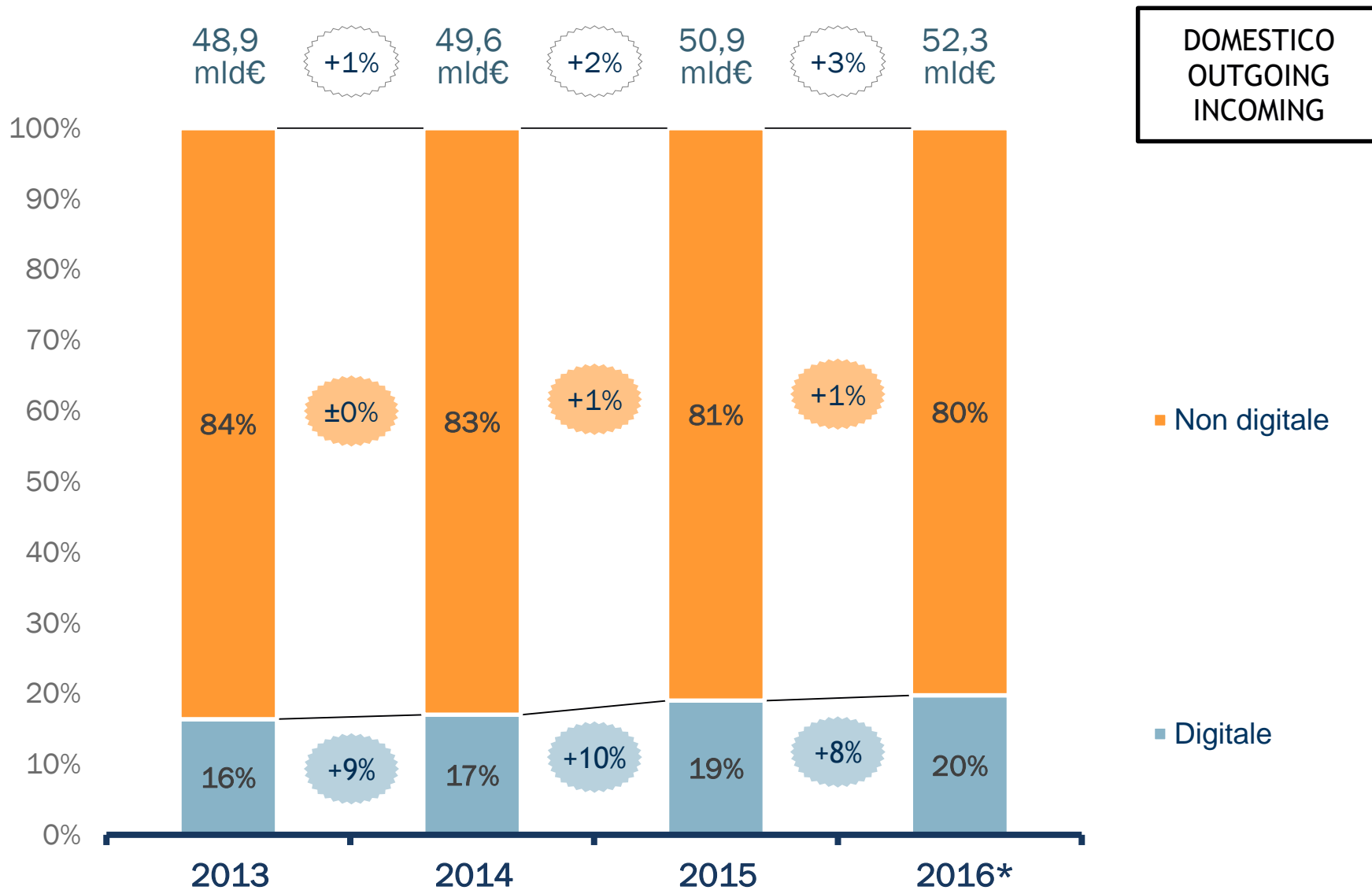


Dal 2016 Osservatorio Innovazione Digitale nei Beni e Attività Culturali



Mercato del Turismo Digitale in Italia

Incidenza sul totale mercato





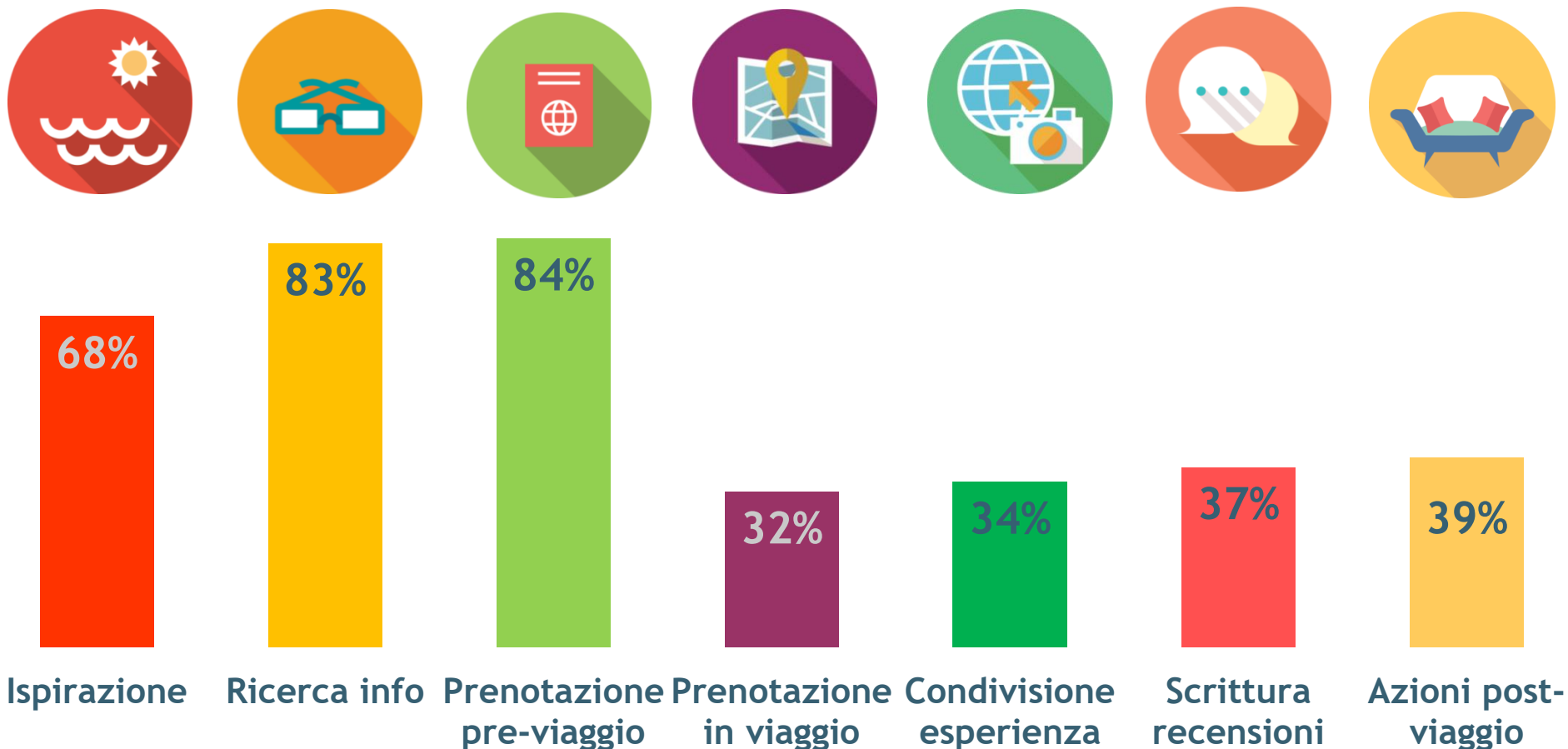
Osservatorio Innovazione Digitale nel Turismo

Il fronte della domanda

Il Turista digitale corre...

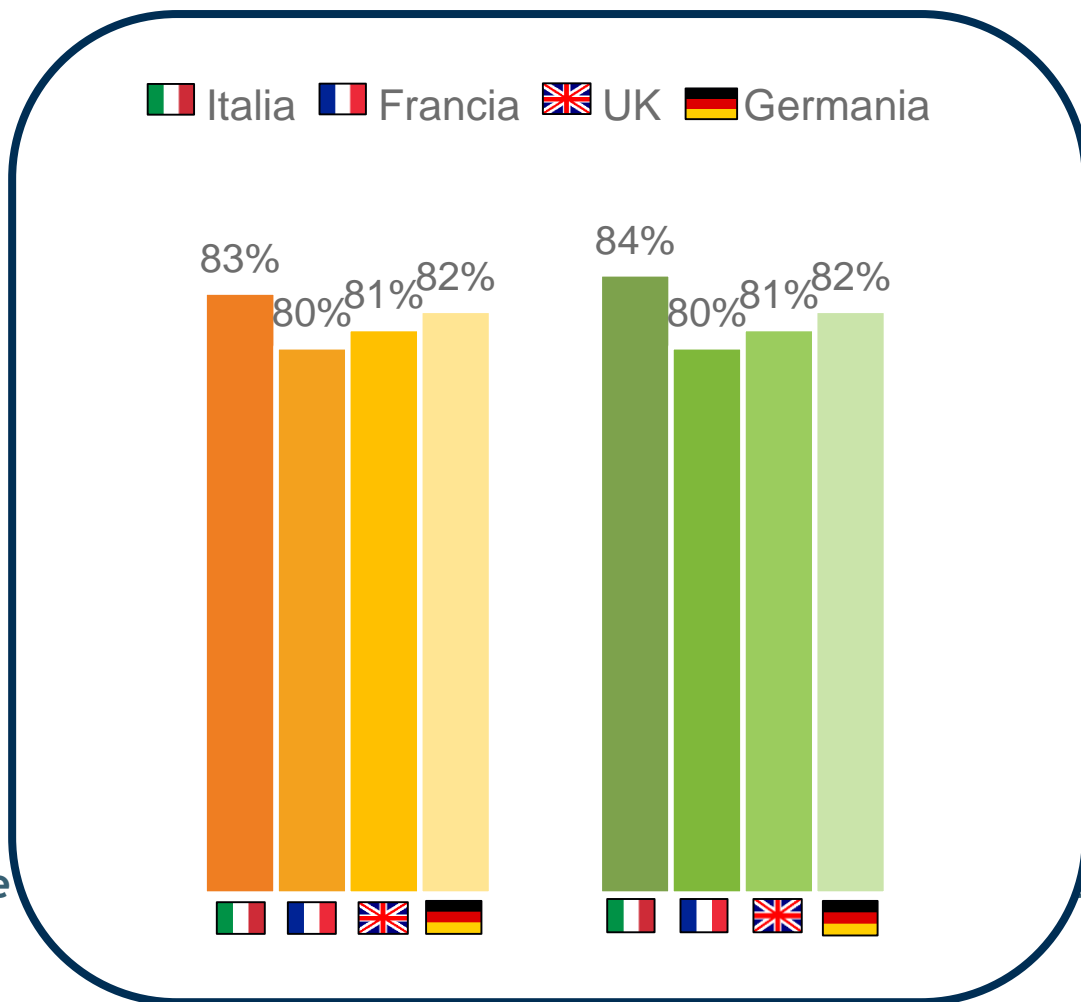
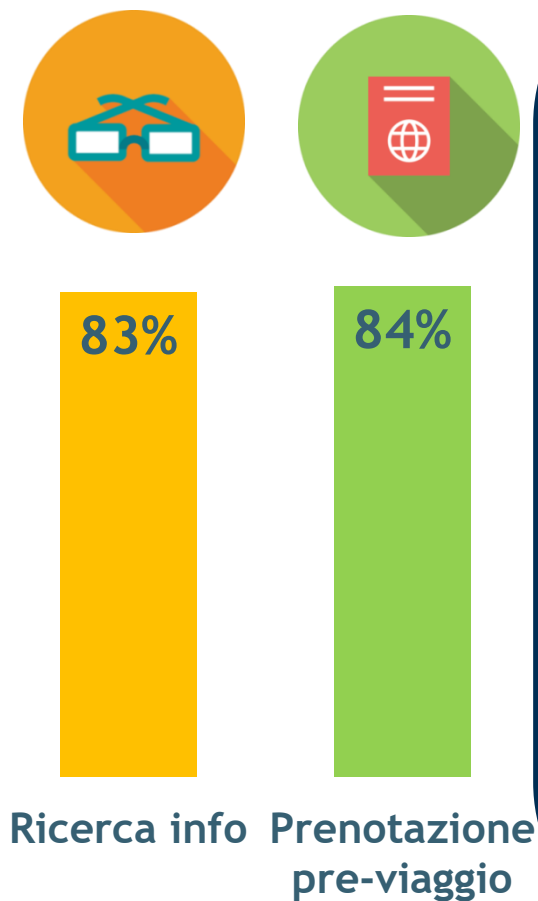
27 Gennaio 2017

Il digitale è pervasivo, soprattutto nel pre-viaggio



Base 2016: 1013 rispondenti

Il Turista italiano non è indietro rispetto ai 'cugini' europei



Base 2016: 1013 rispondenti

*Ma sui servizi in destination c'è ancora molto da lavorare...
È un problema di domanda o di offerta?*

Servizi aggiuntivi

24% almeno uno online



Servizi principali

22% almeno uno online



■ Su Internet
■ Non su Internet

Base: 1013 rispondenti



Osservatorio Innovazione Digitale nel Turismo

Il fronte dell'offerta

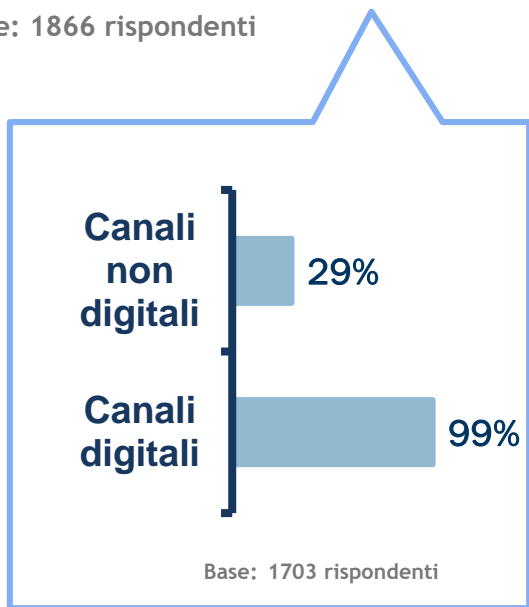
... l'Offerta rincorre

27 Gennaio 2017

*Il digitale è molto usato per la promozione,
meno per il customer care*

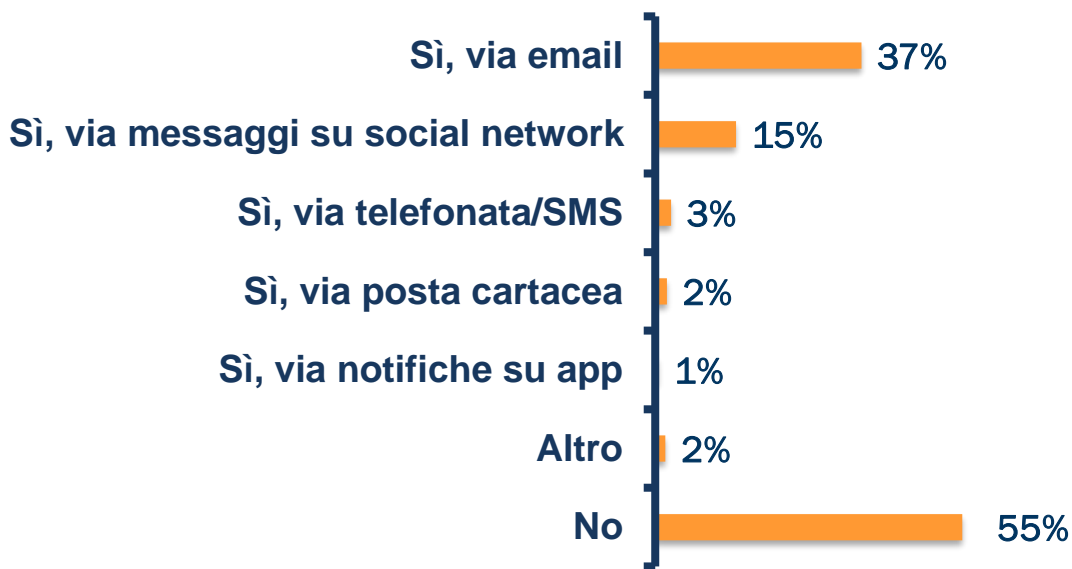


Base: 1866 rispondenti



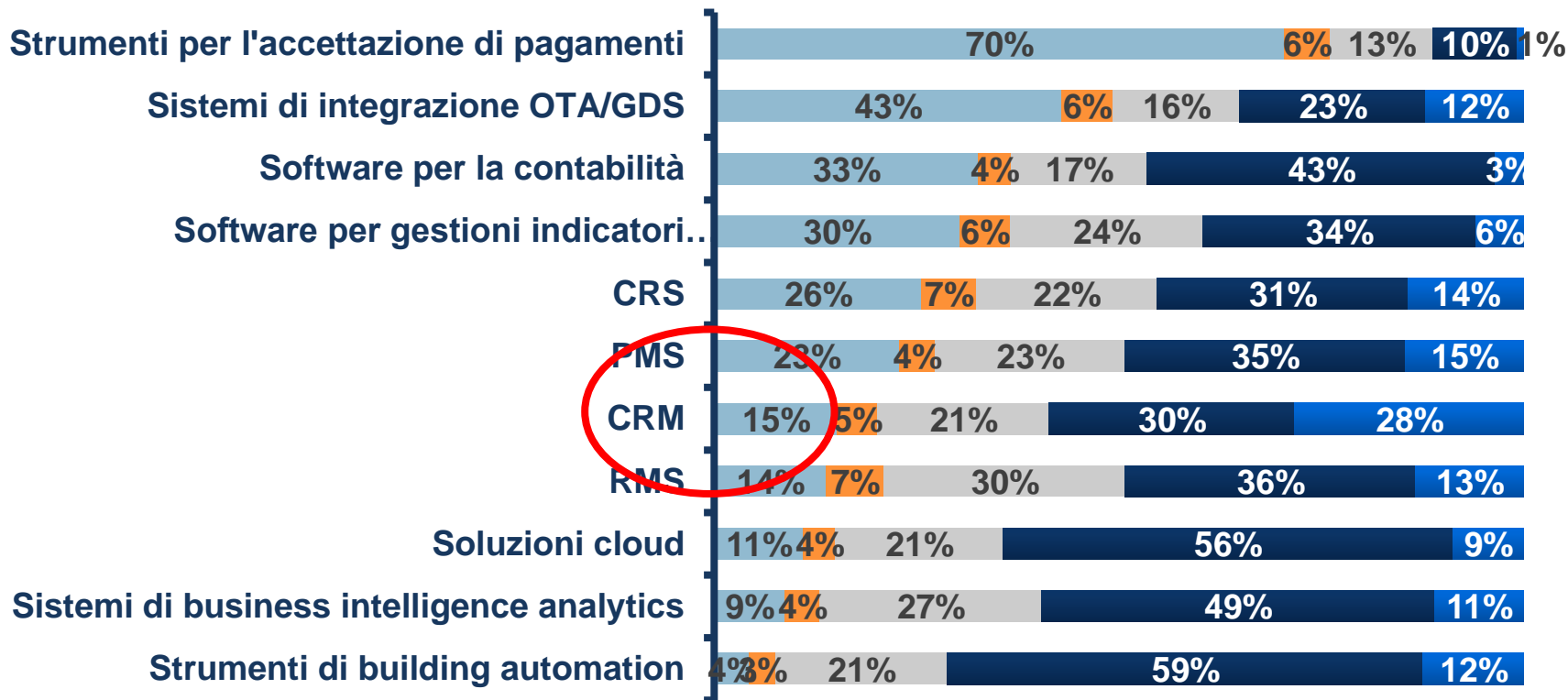
Base: 1703 rispondenti

Invio di comunicazioni promozionali al database dei clienti



Base: 1451 rispondenti

... e ancora meno per la gestione dei processi interni

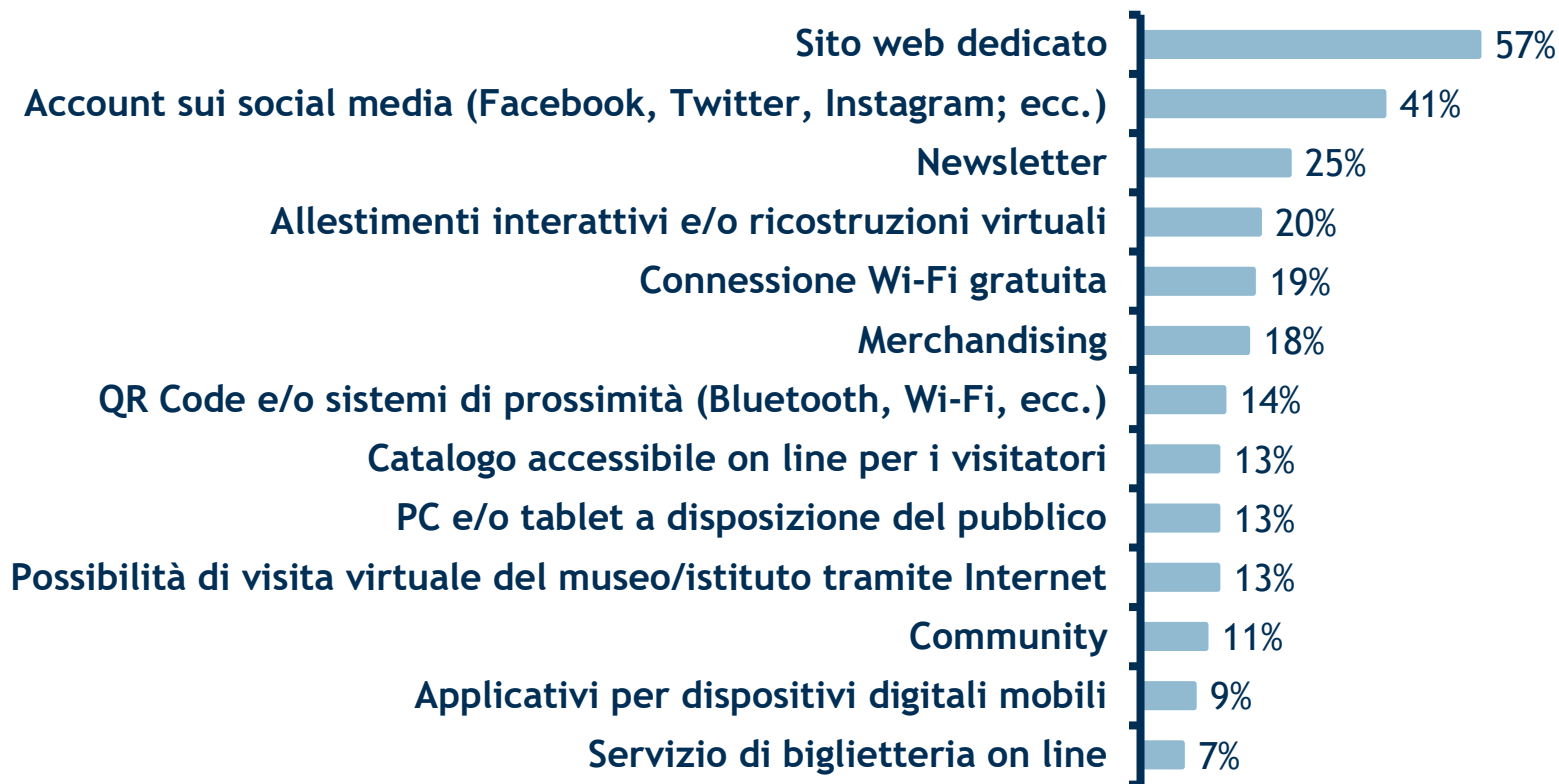


- Presente
- Verrà introdotta nei prossimi 12 mesi
- Interesse ma al momento l'investimento non è prioritario/realizzabile
- Non interessa
- Non so cosa sia

*CRS: Central Reservation System **PMS: Property Management System

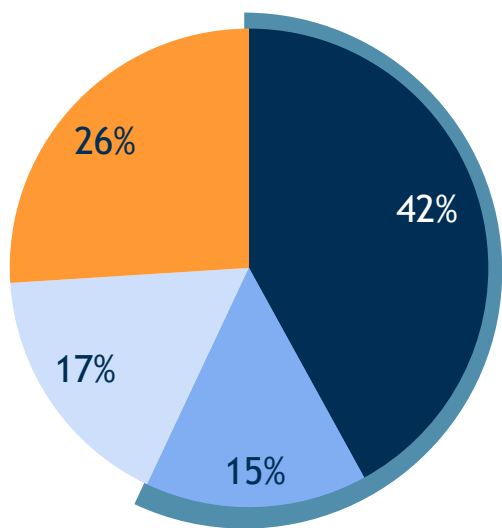
RMS: Revenue Management System *CRM: Customer Relationship Management

Il digitale protagonista, ma ancora non abbastanza



Fonte: nostra elaborazione su dati Istat 2015
Base: 4815 rispondenti

Poco più della metà dei musei italiani ha un sito web e poche call to action in home page



- Sito proprietario
- Sito all'interno di altro sito istituzionale
- Singola pagina all'interno di un sito istituzionale
- Nessuno

Base: 476 Musei

Servizi presenti in homepage



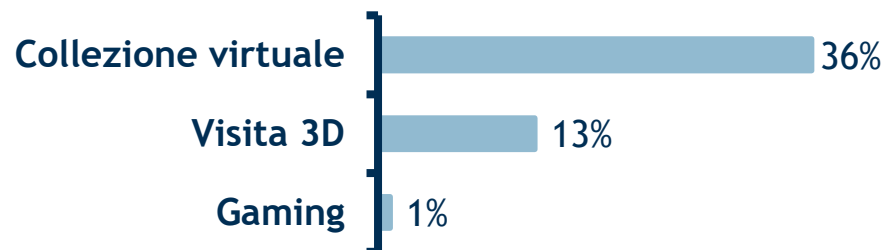
Base: 274 Musei

Sono ancora pochi i musei che sul sito offrono servizi avanzati

Servizi commerciali o di comunicazione



Servizi di fruizione



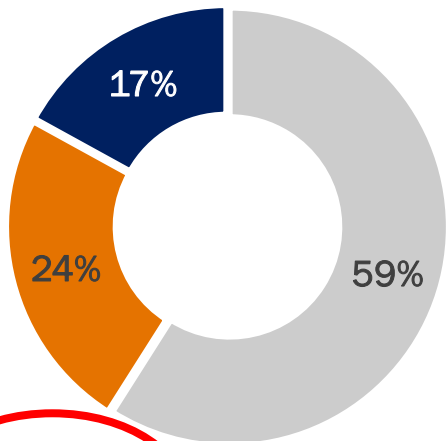
Servizi legati al territorio



Base: 354 Musei

Area geografica di provenienza

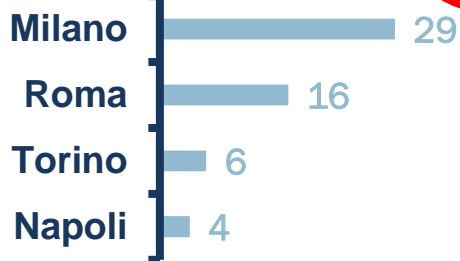
Numero di Startup (% sul totale)



■ Nord ■ Centro ■ Sud e Isole

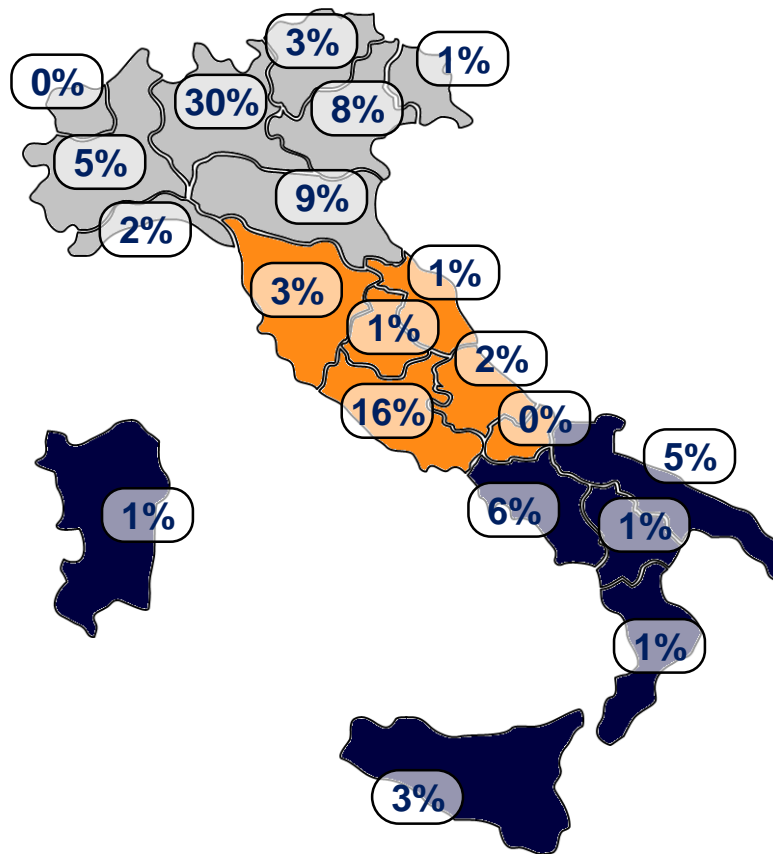
Sede delle Startup - città

Numero di startup



Regione di provenienza

Numero di Startup (% sul totale)



Base: 144 Startup

Servizi offerti

Confronto Startup italiane e finanziate

FINANZIATE

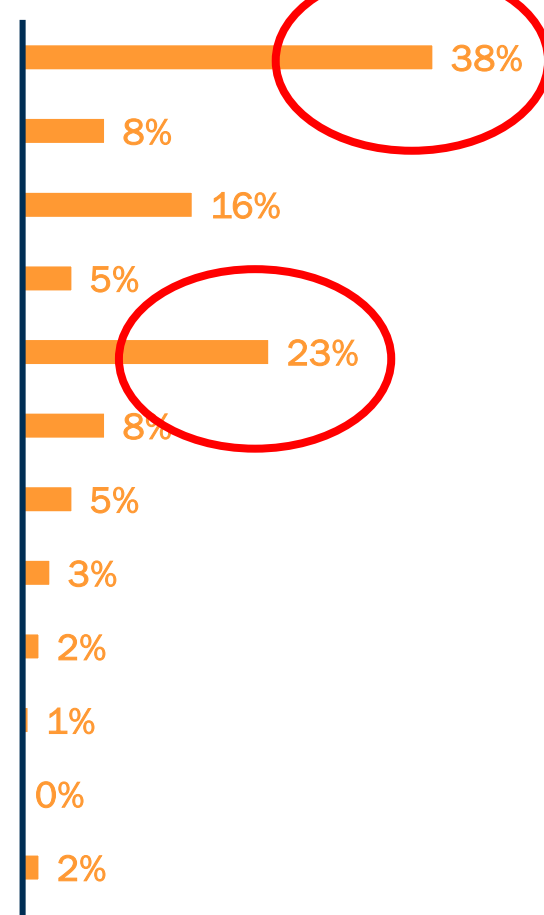
Numero di Startup (% sul totale)



Base: 299 Startup

ITALIANE

Numero di Startup (% sul totale)



Base: 144 Startup



TURISTA DIGITALE È ORMAI ATTIVO SU INTERNET IN **TUTTE LE FASI DEL VIAGGIO** E CERCA SERVIZI SEMPRE PIÙ INTEGRATI E 'VELOCI'



L'**OFFERTA** STA CERCANDO DI ADEGUARSI MA LA **TRASFORMAZIONE DIGITALE** RICHIEDE ANCORA FORTE INVESTIMENTO, NON SOLO ECONOMICO MA SULLE **COMPETENZE**



LE **STARTUP** POSSONO COSTITUIRE UN DRIVER DI INNOVAZIONE IMPORTANTE MA OCCORRE TROVARE LA VIA PER LA **SOSTENIBILITÀ ECONOMICA**



Osservatorio Innovazione Digitale nel Turismo

Grazie per l'attenzione

Eleonora Lorenzini
eleonora.lorenzini@polimi.it

27 Gennaio 2017