L’Italia cresce e deve inventare. Anzi giocare, parola di Carniani

L’Italia è un Paese anomalo. Non solo per la sua straordinaria ricchezza di opere d’arte e bellezze naturali. E neanche per il suo quadro politico difficilmente assimilabile a quello di altre nazioni europee. L’Italia è un Paese anomalo perché **frammentato da un punto di vista turistico come nessun altro al mondo**. È questo il quadro che emerge dall’intervento di **Giancarlo Carniani, co-founder di BTO- Buy Tourism online**, nel corso del **Workshow organizzato a Milano da Besteam**, il gruppo d’acquisto nato dieci anni fa dall’esperienza di Best Western. Per dare un’idea della realtà italiana, **nel nostro Paese ci sono 150.000 aziende che offrono ospitalità** (alberghi, quindi, ma anche agriturismi, b&b ecc), mentre nella stessa categoria nel Regno Unito ce ne sono 95.000. E molte meno altrove. A rendere ancora più unica la situazione italiana c’è poi la fortissima imprenditorialità individuale. “**In Italia solo il 6% degli hotel fa parte di grandi catene alberghiere**: siamo al 22mo posto nella classifica mondiale”, dice ancora Carniani. Sempre individualisti questi italiani, si dirà. Forse sì, ma una volta di più questo sfrenato pensare e fare per se stessi... non funziona. Anche per questo, le aziende italiane tendono a fare e pensare in modo più vetusto delle concorrenti straniere. **In base ai dati di PhoCusWright Europe, nel 2012 in Italia solo l’85,5% degli alberghi era on line**. “Questo vuol dire che ben 5.000 strutture non erano nella rete” puntualizza Carniani. Che rincara: “**E solo il 58% aveva un booking engine**”.
In questa situazione, i nostri numeri valgono ancora di più, anche se appaiono un po’ al rallentatore rispetto a **un’Europa in cui già nel 2011 il turismo aveva raggiunto i livelli pre-crisi**, cioè precedenti il 2008. Vietato piangersi addosso, però. “**Il turismo in Italia genera 156 miliardi, pari al 10,3% del pil totale. Nel mondo siamo all’ottavo posto** e, anche se è vero che rispetto alla prima posizione detenuta negli anni 70 abbiamo progressivamente perso quote, il nostro è comunque un piazzamento da grande potenza. **La crescita prevista per i 2014 è del 2,1%**, per arrivare a quota 198 miliardi nel 2024. Già oggi, comunque, il turismo nel nostro Paese è il terzo comparto, dopo servizi finanziari e bancari”. Investire e credere, quindi. E se possibile innovare. Un “punto debole” che condividiamo in toto con il Vecchio Continente. E non è questione di sfumature: “**Le startup del turismo stanno crescendo del 285% in Asia, addirittura del 70% in Africa e solo del 6% in Europa**”, dice Carniani. Un consiglio per inventare cose nuove? Carniani non ha dubbi: “bisogna

guardare alle OLTA, agili nell’intraprendere cose nuove, sistematiche nell’utilizzo dei dati raccolti, inarrestabili nella ricerca di nuove tecniche con cui sedurre il cliente”. Per finire, tutto questo è serio, molto serio, ma è anche un gioco. È la grande lezione della gamification, ovvero di come conquistare un contatto, un potenziale cliente, facendolo innanzitutto giocare. Anche per questo, però, l’appuntamento per saperne di più è per dicembre a Firenze, con la nuova edizione di BTO.