Nasce DigItaliaTurismo: l'osservatorio sul turismo digitale in Italia

Marketing01, agenzia di web marketing turistico, ha dato vita a “**Digitalia - Osservatorio sullo Sviluppo Digitale del Turismo Italiano**”, un laboratorio con la finalità di fare ricerca, elaborare dati e magari indicare possibili sviluppi per il settore.

Ne spiega le ragioni **Paolo Bomparola**, CEO di Marketing01: “Il tessuto imprenditoriale italiano è costituito da migliaia di piccole imprese, ed il settore del turismo non fa eccezione. Si tratta di aziende spesso familiari o poco più che familiari, di hotel piccoli o medi, di agriturismo, di realtà comunque di grande qualità, forse quelle più vicine alle tradizioni di accoglienza e contatto diretto, che caratterizzano l'Italia e che ne costituiscono un punto di forza. Purtroppo però questo tessuto di imprenditori e professionalità deve saper cogliere appeno la rivoluzione che il web ha comportato per il turismo"-

Da una ricerca elaborata da **Marketing01** con dati Google e Camere di Commercio, è emerso che il 25% delle Pmi del settore non ha nemmeno un sito internet o ne ha uno obsoleto. Del rimanente, solo il 18% svolge attività di marketing online dirette (ossia non mediate da aggregato tipo Expedia o booking.com). Si tratta di un grande ritardo, che fa perdere ai nostri operatori la grande maggioranza dei potenziali clienti, che non a caso si rivolgono in massa agli “aggregatori” o “comparatori” di offerte, che impongono frequentemente commissioni poco favorevoli.

La tendenza però è in miglioramento, perché sopratutto negli ultimi 3/4 anni l'attenzione verso il digitale è cresciuto di molto: su circa 500 Pmi l'indice di “interesse” è passato dal 61% all'89%, segno che molti imprenditori stanno prendendo consapevolezza delle grandi potenzialità della rete. Spesso, però, mancano gli strumenti per affrontarla con consapevolezza.

“Il web marketing cresce di giorno in giorno con strumenti sempre nuovi, che ampliano il pubblico di chi dovendo fare un viaggio per lavoro, studio o turismo, si rivolge alla “rete”. Il nostro Osservatorio avrà quindi lo scopo di capire l'impatto delle nuove tecnologie sul turismo, comprenderne le linee di tendenza future, cercare di leggere la realtà delle imprese italiane del settore, svolgendo anche un ruolo di diffusione ed informazione, ad esempio attraverso seminari di formazione gratuiti, incontri, affiancamento alle istituzioni, alle associazioni imprenditoriali, ai territori.”, conclude Bomparola.