

Le crisi del turismo italiano. Sfide e risposte strategiche

Umberto Martini



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI TRENTO



3° Summit del Turismo nelle Regioni – Ascoli Piceno, 4 giugno 2009



Le 3 crisi del turismo

- PRIMA CRISI: ECONOMIA E REAZIONE DELLA CONCORRENZA
- SECONDA CRISI: UN PRODOTTO VECCHIO?
- TERZA CRISI: PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE ED E-TURISMO

3° Summit del Turismo nelle Regioni – Ascoli Piceno, 4 giugno 2009

Umberto Martini



Quello che non si riesce a fare

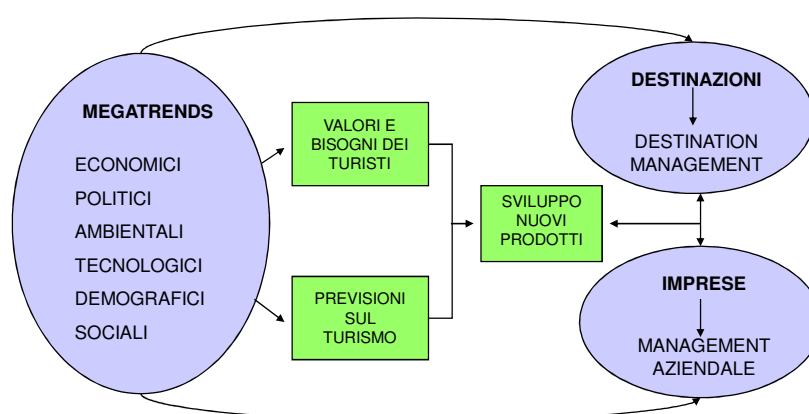
- strategia di mercato: nella destinazione convive un insieme (spesso disordinato) di mercati di riferimento, è difficile parlare di *clientela-obiettivo* (target) e di *posizionamento competitivo*
- un “prodotto della destinazione”, in quanto l’offerta si frammenta in offerte parcellizzate frutto delle scelte dei singoli operatori
- una politica di prezzo della destinazione, con la tendenza anzi alla competizione interna fra gli operatori
- una commercializzazione integrata della destinazione: la frammentazione dell’offerta non consente di raggiungere la massa critica che consente di interagire efficacemente con gli operatori dell’outgoing o di sviluppare siti Web di commercio elettronico
- una politica di marca che associ la destinazione a una motivazione di vacanza: la comunicazione è di tipo istituzionale, spesso centrata sulle bellezze paesaggistiche o sulle risorse culturali del territorio

3° Summit del Turismo nelle Regioni – Ascoli Piceno, 4 giugno 2009

Umberto Martini



Trend globali e turismo



FONTE: DWYER ET AL., 2008

3° Summit del Turismo nelle Regioni – Ascoli Piceno, 4 giugno 2009

Umberto Martini



● LOGICA DI MARKETING

- I prodotti e il marketing saranno sempre più targetizzati e tematizzati
- Il data-base marketing dovrà essere utilizzato per capire, comunicare e costruire relazioni con i clienti-chiave
- Prevalenza della dimensione emozionale su quella funzionale dell'esperienza turistica
- Saranno importanti sia il marketing di massa che il marketing di nicchia

3° Summit del Turismo nelle Regioni – Ascoli Piceno, 4 giugno 2009

Umberto Martini



● GESTIONE DEL RISCHIO

- Pace, sicurezza e stabilità socio-politica nei paesi di destinazione saranno fondamentali nella scelta
- Grande attenzione va data alla tutela della privacy e alla relazione fra controllo e comodità del turista
- Bisogna sviluppare la capacità di comunicare il livello di rischio quale elemento di attrazione turistica, soprattutto in caso di eventi di crisi
- Fondamentale il rapporto fra enti turistici e autorità pubbliche governative locali

3° Summit del Turismo nelle Regioni – Ascoli Piceno, 4 giugno 2009

Umberto Martini



● SVILUPPO SOSTEBILE

- Ricadute più importanti dei numeri (yield management)
- Necessario considerare il trade-off fra aspetti economici e aspetti ecologico/ambientali
- I turisti devono essere educati ad acquistare servizi turistici rispettosi dei vincoli ambientali
- Attenzione anche allo sviluppo delle comunità residenti

3° Summit del Turismo nelle Regioni – Ascoli Piceno, 4 giugno 2009

Umberto Martini

**● CAMBIAMENTO CLIMATICO**

- L'industria turistica deve contribuire a mitigare il cambiamento climatico, adattandosi ad esso
- La mitigazione dovrebbe essere una politica prioritaria, adeguatamente comunicata e valorizzata
- Anche in questo caso è essenziale il legame con le politiche governative

3° Summit del Turismo nelle Regioni – Ascoli Piceno, 4 giugno 2009

Umberto Martini



Implicazioni sul destination management

- **FORMAZIONE PER IL MANAGEMENT TURISTICO**
 - Deve rafforzare la capacità innovativa
 - Vanno sviluppate competenze per lavorare in ambienti multi-culturali
 - La formazione e la diffusione della cultura turistica nelle popolazioni residenti sono fondamentali per supportare lo sviluppo turistico
 - Il turismo può essere un settore dove valorizzare le persone in difficoltà occupazionale
 - I manager turistici devono saper affrontare più di altri le sfide del cambiamento

3° Summit del Turismo nelle Regioni – Ascoli Piceno, 4 giugno 2009

Umberto Martini



Grazie per l'attenzione!



Umberto Martini

umberto.martini@unitn.it

Università degli Studi di Trento
Dipartimento di Informatica e Studi Aziendali
 Gruppo di ricerca 

<http://www.economia.unitn.it/etourism/>

Trentino School of Management
Area Turismo

<http://www.tsm.tn.it>

3° Summit del Turismo nelle Regioni – Ascoli Piceno, 4 giugno 2009

