

L'ospitalità riparte ma adesso bisogna fare squadra

notizia pubblicata 17 Giugno 2021 alle ore 11:50 nella categoria Turismo



“La maggioranza delle strutture con cui lavoriamo ha già registrato il tutto esaurito per l'estate 2021. Le persone hanno voglia di vacanza. Quando c'è un grande desiderio però, anche le aspettative sono molto alte. È un meccanismo psicologico ben noto. Mi aspetto che i viaggiatori, già diventati più consapevoli ed esigenti nei confronti dell'offerta turistica nel corso degli ultimi anni, nel post pandemia lo saranno ancora di più. Come trarre il maggior beneficio per il settore da questa ripartenza tanto desiderata, offrendo al turista la vacanza dei suoi sogni? La chiave della ripresa è il lavoro di squadra. Da soli non andiamo da nessuna parte”. Lo racconta Paolo Zennaro, CEO di Welcomeasy.

Secondo un'indagine di Interface Tourism Italy e The European Traveler Intelligence Monitor, gli spagnoli cercano in Italia vacanze nella natura, i francesi esperienze culturali, i tedeschi relax nei centri wellness, mentre gli olandesi desiderano alternare shopping e attività all'aria aperta lungo le coste. Gli italiani, come sappiamo bene, quest'anno opteranno in prevalenza per vacanze di prossimità e undertourism, a caccia di piccoli borghi e località poco frequentate.

“Il comun denominatore di tutte queste diverse esperienze di vacanza sono gli operatori del settore turistico, chiamati a instaurare collegamenti, offerte e interazioni fra tutte le proposte di un territorio – spiega Zennaro – In ogni comparto del mercato ci vuole una figura di riferimento che si faccia carico del compito di fare rete. Per quello extra alberghiero i candidati ideali sono proprietari e property manager, tra i primi a entrare in relazione con i turisti pronti a iniziare la loro vacanza”.

Le occasioni per stringere relazioni proficue con esercenti e attività del territorio sono molteplici, ma vanno

studiate con cura. Innanzitutto, property manager e proprietari di appartamenti e case vacanza possono accordarsi con i ristoranti della zona, per offrire ai propri ospiti un piccolo sconto su un pranzo o una cena. Nella selezione degli attori con cui fare rete, l'ideale è optare per luoghi ed esperienze da consigliare agli ospiti che siano fuori dai grandi circuiti, scartando i classici suggerimenti che si possono trovare sul Web. Così si regalano al turista piccole chicche che lo porteranno a scoprire il territorio con gli occhi di chi ci è nato.

Secondo l'Organizzazione Mondiale del Turismo il mercato del Turismo Esperienziale, entro il 2030, aumenterà del 57%. Sono dati pre pandemia: nel mercato turistico post Covid-19 il fattore umano e relazionale molto probabilmente giocherà un ruolo ancora più importante.

Il turismo esperienziale è un modo di viaggiare che privilegia il rapporto tra individuo, territorio e comunità e che non vede più il turista come spettatore passivo del pacchetto turistico ma come attore attivo, in grado di determinare la buona riuscita della sua vacanza. Un obiettivo che diventa possibile nel momento in cui una figura esperta come l'host si fa carico di questa esigenza.

Welcomeasy permette di ridurre al minimo il tempo speso nelle noiose procedure di check-in. Ecco allora che il tempo sottratto alle lungaggini burocratiche diventa disponibile per coltivare la relazione con l'ospite e mettere a frutto l'offerta costruita facendo rete con gli attori del territorio. "Si tratta di una grande opportunità, soprattutto per le aree più decentrate. C'è già chi lavora in questa direzione, ma è una best practice che non ha ancora preso piede. Adesso il momento è maturo per creare un vero ecosistema di relazioni fra gli attori che compongono un'offerta turistica", conclude Paolo Zennaro.