

Strategie delle Ota | Consigli per recruiter | Internazionale | Italia

Presentiamo un articolo a cura di **Emilio De Risi**, redazione **21 Grammi di Turismo**, sugli hotel croati, su cosa succede in Italia e su alcuni consigli per recruiter.

Una campagna da 30mln di dollari. *NYC Reawakens* è stata annunciata da Bill de Blasio, sindaco di New York City, con l'obiettivo di **incrementare il turismo nazionale e internazionale**. Come riporta *Bloomberg*, i fondi federali saranno investiti in **pubblicità televisiva e social media**. È previsto anche un programma chiamato *Wish You Were Here at NYC*, grazie al quale i newyorkesi potranno invitare gli amici a visitare la città.

La bolla è già esplosa. Creata sull'onda della bassa circolazione del virus in Australia e Nuova Zelanda, la **travel bubble** entrata in vigore dal 19 aprile è già stata sospesa in seguito a un aumento di casi di covid19.

Sbirciando i vicini... Come stanno preparando la stagione estiva gli hotel della Croazia? Ecco qualche spunto ripreso da *Slobodna Dalmacija*:

Royal Hotels & Resort. Ha aperto al **turismo domestico** ribassando i prezzi e offrendo, in base alla disponibilità, upgrade camera e parcheggio gratuito. Inoltre, stanno cercando di organizzarsi per effettuare dei test. Per gli ospiti statunitensi, invece, vorrebbero compensare il costo del tampone con **prezzi più vantaggiosi** o servizi a valore aggiunto.

Hotel Lero. Offre la possibilità di fare, a pagamento, un test antigenico all'interno della struttura. Per gli ospiti

stranieri c'è un'offerta che rimborsa il prezzo del tampone necessario per entrare in Croazia. Le tariffe per la stagione saranno impostate tra quelle del 2019 e del 2020.

Adriatic Luxury Hotels. Recentemente riposizionato come **brand di lusso**, ha deciso che nonostante l'anno incerto non abbasserà i prezzi.

C'è stata paura per il Salone del mobile. Le dimissioni del presidente Claudio Luti per «la volontà da parte delle aziende di rinunciare a partecipare» hanno portato timori sulla realizzazione della grande fiera del design. Beppe Sala, sindaco di Milano, ha spronato queste società a partecipare, esprimendo anche il rischio che altre città europee siano pronte a sfilarci l'evento.

Alla fine è stata confermata un'edizione ridimensionata, con meno espositori ed eventi diffusi in città.

La criminalità organizzata sta facendo leva sulla crisi di liquidità di molte aziende per infiltrarsi nell'economia del settore turistico. Secondo l'indagine di *Demoskopika*, riportata da *La Stampa*, il giro d'affari supererebbe i 2,2 miliardi di euro, di cui quasi il 40% nel Sud Italia.

Incrociamo le dita. Secondo quanto raccontato dal **ministro del Turismo**, un elemento per il rilancio sarà la creazione di un **hub digitale del turismo**: «uno strumento per l'aggregazione dell'offerta, la creazione di percorsi che favoriscano il coinvolgimento dei luoghi normalmente fuori dai circuiti turistici...».

Che dire, speriamo non sia l'ennesimo portalone turistico nazionale.

Non chiamatele ancillari. Booking spinge sulla strada del **tour operating**, puntando sulla vendita di attrazioni e attività grazie a un accordo con Viator (gruppo TripAdvisor). L'obiettivo sarà non farli considerare servizi ancillari della

camera d'hotel, ma farli percepire come veri e propri pacchetti.

D'altro canto Expedia, ha annunciato un riposizionamento che la porterà a essere sempre di più una consulente di viaggio. Shiv Singh, general manager Expedia, ha affermato che la società si è concentrata su volumi e transazioni per crescere, ma nell'ultimo anno la società ha capito che i clienti vogliono qualcosa di più per godere al meglio i loro viaggi.

Anche altri player si muovono. GetYourGuide, **principale competitor di Viator**, ha annunciato l'acquisizione di un tour operator francese: **Guidatours**.

Da un lato i grandi player vogliono recuperare la redditività persa, ma dall'altro sembra stiano provando a interpretare come sarà il nuovo turismo. Riflessione che toccherà fare anche agli hotel per non restare spiazzati.

You only live once. Occhio alla Yolo economy. Il *New York Times* ha chiamato **Yolo economy** (You only live once) il trend, gonfiato dalla pandemia, che porta soprattutto le persone più giovani a voler cambiare vita. Un sondaggio Microsoft conferma che il 40% della forza lavoro a livello mondiale sta pensando di cercare a breve un nuovo impiego. Forse chi si occupa di selezione dovrà immaginare nuovi metodi per attirare le giovani risorse.