

Arriva Hotel Insights, la piattaforma per gli albergatori

Presentiamo un articolo a cura della redazione di **Forbes.it** sull'importanza delle nuove piattaforme digitali per la ripresa del turismo.

Una **piattaforma a disposizione degli albergatori**, pensata per spingere la **ripresa del turismo**. Google ha scelto l'Italia per il primo lancio locale di **Hotel Insights**, un nuovo strumento che **offrirà agli operatori informazioni e risorse – senza costi – per intercettare la domanda potenziale del settore**.

“La trasformazione digitale è indispensabile per soddisfare il bisogno di crescita economica a cui l'Italia si trova di fronte”, ha dichiarato **Fabio Vaccarone**, vicepresidente di Google. **“Abbiamo deciso di supportare il Paese con il nostro piano ‘Italia in digitale’**.

Hotel Insights conferma questo impegno e lo fa con particolare **attenzione al turismo**, uno dei settori più colpiti dalla pandemia. Vuole fornire agli operatori strumenti, risorse e progetti di formazione specifici, per farsi trovare pronti quando si tornerà a viaggiare”.

La piattaforma è stata presentata assieme al ministero per i Beni culturali e il Turismo (Mibact), all'Agenzia nazionale del turismo e all'Organizzazione mondiale del turismo, oltre a Confindustria alberghi, Federalberghi e Federturismo Confindustria. Metterà a disposizione, tra l'altro, anche un **programma di formazione dedicato ai professionisti**. Permetterà di **ottenere informazioni sulle ricerche compiute dai potenziali turisti e sulla loro provenienza**. **Google Hotel Insights darà suggerimenti su come sfruttare i dati e**

sviluppare la conoscenza di strumenti e asset digitali utili alla propria attività.

“L’intuizione di una piattaforma per sostenere i nostri alberghi contribuirà alla ripartenza del turismo, in una fase di maturazione dell’offerta”, ha assicurato Lorenza Bonaccorsi, sottosegretaria al turismo del Mibact. “Potere contare su strumenti digitali davvero innovativi significa anche consolidare il ruolo delle destinazioni turistiche di domani, le cosiddette *smart destination*, in cui la tecnologia gioca un ruolo centrale per migliorare la vita dei turisti, ma anche dei residenti. I dati diventano così uno strumento per un utilizzo più attento e responsabile delle risorse. Il turismo diventa più maturo e sostenibile”.

Le aziende capaci di accelerare la trasformazione digitale e la transizione alla sostenibilità saranno le prime a uscire dalla crisi provocata dal Covid e potrebbero addirittura uscirne rafforzate. È il principale risultato di uno studio presentato da Accenture al World economic forum di Davos, condotto tramite interviste a oltre 4mila dirigenti di aziende di 13 paesi, operative in 19 settori e con ricavi superiori al mezzo miliardo di dollari all’anno. I leader delle imprese con base in Europa, in particolare, prevedono di tornare ai livelli di redditività pre-pandemia in circa 18 mesi.

Il 49% dei dirigenti intervistati ha registrato ricavi e profitti in calo negli ultimi 12 mesi e non prevede miglioramenti entro la fine dell’anno. Un altro 19% ha dichiarato di avere ottenuto ottimi risultati finanziari, ma di aspettarsi una flessione nel 2021. Il restante 32% – quello che lo studio definisce come “leader di domani” – è convinto che i profitti cresceranno nei prossimi 12 mesi.

La ricerca conclude che le imprese all’avanguardia nell’adozione del digitale e della sostenibilità hanno probabilità due volte e mezzo maggiori rispetto alle concorrenti di essere “leader di domani”.

“La trasformazione digitale ha caratterizzato il secondo decennio del XXI secolo”, ha affermato **Jean-Marc Ollagnier**, amministratore delegato di Accenture Europa. **“Le società che si sono adeguate rapidamente e su grande scala sono risultate vincenti. Il nuovo decennio porterà un’altra ondata di cambiamenti, definiti dalla transizione alla sostenibilità. Il modo in cui le imprese sapranno attuare una strategia congiunta determinerà la rapidità con cui usciranno dalla crisi”**.

Lo studio evidenzia anche come il 45% delle aziende stia dando la priorità agli investimenti sia nel digitale, sia nella sostenibilità. Il 40% prevede, in particolare, di puntare sull’intelligenza artificiale, il 37% sul cloud. Il 31% sta utilizzando risorse per creare modelli di business orientati alla sostenibilità.

A livello continentale, il 45% delle imprese è convinta di realizzare i suoi obiettivi di crescita per il 2021. Le più ottimiste sono le aziende britanniche (59%), francesi (52%) e tedesche (51%). Il pessimismo domina invece in Italia (34%) e in Spagna (31%).

“Anche le aziende che riconoscono le opportunità che derivano dall’accelerazione della transizione al digitale e alla sostenibilità incontrano ostacoli lungo il percorso”, ha commentato **Fabio Benasso**, presidente e amministratore delegato di Accenture Italia. **“Tra le sfide principali figurano la definizione di un modello di business efficace per realizzare prodotti sostenibili, la liberazione di risorse e la capacità di passare rapidamente da progetti pilota a iniziative su larga scala”**.

Oltre a delineare l’importanza della cosiddetta **“twin transformation”**, lo studio ne illustra anche i passaggi fondamentali.

- Favorire modelli di business orientati alla

sostenibilità e abilitati dalla tecnologia. I leader della “**twin transformation**” generano in questo modo più del 10% dei loro ricavi.

- **Unire le risorse per trasformare le applicazioni tecnologiche in pratiche sostenibili.** I leader della trasformazione congiunta allocano oltre il 10% dei ricavi annui in ricerca e sviluppo.
- **Guidare, abilitare e coltivare il talento.** I leader della “**twin transformation**” garantiscono il continuo livello di occupazione delle proprie risorse e si impegnano nella loro riqualificazione e aggiornamento.

“C’è un motivo per cui il dna ha la forma di una doppia elica”, ha aggiunto Benasso. “La struttura a spirale della molecola fondamentale della vita è di importanza critica per la replica, l’adattamento e la crescita. Trovo che questa sia una metafora potente anche per le imprese che si trovano nel mezzo di due trasformazioni parallele, quella digitale e quella della sostenibilità. Le aziende che continueranno a percorrere strade già battute saranno spettatrici impotenti, in uno scenario in cui i loro concorrenti diventeranno sempre più competitivi e dinamici. Dovranno perciò seguirne l’esempio e liberare il valore della fusione tra le tecnologie più innovative e due dei **tradizionali punti di forza dell’Europa: sostenibilità e solidarietà**”.

Prendete 2.500 under 30 con 2.500 idee visionarie per il futuro della mobilità e metteteli a confronto. Questo è **Visionary Days**, innovativo format ideato da **Carmelo Traina** (26 anni), prodotto da giovani per altri giovani e sponsorizzato da **Stellantis** per scovare le idee che possano migliorare la qualità della nostra vita quando ci muoviamo, estendendo i confini della mobilità come la conosciamo. L’ultima edizione, la terza, si è svolta lo scorso novembre, quando persone con differenti background si sono incontrate virtualmente per discutere dei cambiamenti in corso sul nostro pianeta e su come dare un nuova forma al futuro, individuando

le nuove frontiere tracciate dalla globalizzazione e dalla
rivoluzione tecnologica in atto.