

Ischia: Alla ricerca del turista perduto

Per (ri)conquistare la meritata dignità di destinazione turistica di primo piano.

Un anniversario è pur sempre un anniversario. L'annuale appuntamento milanese della Borsa Internazionale del Turismo (BIT) di Milano, dal 12 al 15 febbraio, festeggia quest'anno il quarto di secolo, portando inevitabilmente con sé non poche riflessioni. Certamente il turismo è cambiato moltissimo in tutti questi anni, perché il mondo stesso ha vissuto una tale quantità e varietà di trasformazioni, come mai prima nella storia.

L'isola d'Ischia, dal canto suo, ha visto la nascita di numerose strutture a vari livelli, accanto alla moltiplicazione dei tour operator, dei vettori e delle attività commerciali, trovandosi però allo stato attuale in una fase di contraddittorietà e incertezza rispetto alle sue potenzialità.

Ciò che in ogni caso ha provocato la trasformazione più radicale è sicuramente internet.

Venticinque anni fa nessuno avrebbe potuto immaginare uno strumento così potente, efficace e "democratico". La sua strabiliante diffusione ha abbattuto ogni barriera geografica, innescando meccanismi di comunicazione altrimenti impossibili. Analizzando esclusivamente la sfera del turismo, a sua volta impossibile da delimitare, il primo dato oggettivo della trasformazione riguarda l'enorme pubblicità che internet consente, che ha permesso, da un lato, alle strutture alberghiere ed extra alberghiere di raggiungere centinaia di milioni di utenti (quindi di possibili clienti) in ogni angolo del pianeta e, dall'altro, ai tour operator esistenti di investire, con costi decisamente contenuti rispetto alle tradizionali campagne pubblicitarie e fiere, mirando ad un target potenzialmente "infinito" e inesauribile. Nel contempo, l'ascesa esponenziale di internet ha originato la nascita di numerosissimi portali turistici, siano essi di pubblicità delle strutture e di tutto quanto ruota intorno al mondo dei servizi al turista (trasporti, escursioni, noleggi e così via) che di diretta prenotazione on-line.

In questo rivoluzionamento, tutt'ora in corso, il ruolo delle agenzie viaggi e dei tour operator ha subito una notevole modifica, che, nei casi di staticità manageriale, si è trasformata in una riduzione della clientela e quindi del fatturato, mentre in altri ha consentito, a chi ha avuto la lungimiranza di crederci, l'apertura verso nuovi segmenti di clientela e, soprattutto, verso veri e propri nuovi mercati.

Il settore fieristico, a sua volta, ha dovuto prendere atto della nuova realtà e porvi rimedio, al fine di non trasformarsi in un malinconico "carrozone del tempo che fu". Laddove internet poteva far correre il rischio che apparisse inutile partecipare a fiere turistiche, la BIT (e ovviamente tutte le altre grandi organizzazioni fieristiche europee ed extra europee) ha saputo porsi non in posizione simmetrica, bensì al fianco (quindi in modo complementare) del web.

L'esempio più interessante è l'EXPOgate, il nuovo canale interattivo messo a disposizione per gli Espositori, per inserire direttamente e gratuitamente i dati relativi al profilo dell'azienda, i contatti aziendali, le novità dei prodotti, i servizi dell'organizzazione, i comunicati stampa, gli eventi organizzati nel proprio stand, i propri loghi e banner. L'efficacia del canale interattivo è lapalissiana. Va solo aggiunto che la "spesa" del proprio tempo alla BIT potrà essere, in virtù

Ischia: Alla ricerca del turista perduto

Scritto da Tina Taliercio

Domenica 20 Febbraio 2005 17:30 - Ultimo aggiornamento Giovedì 25 Aprile 2013 17:47

dell'EXPOgate, molto più mirata e razionale, consentendo a ciascun visitatore (sia che si tratti di un addetto ai lavori che di un visitatore o ancora di un giornalista) di organizzare la sua giornata in modo da entrare in contatto esclusivamente con tutto ciò che realmente gli interessa, ottimizzando gli obiettivi e presumibilmente i risultati. Un'altra importante innovazione è rappresentata dalla suddivisione, anch'essa fortemente supportata dal web, in 8 Forum specifici:

Bit Green - Turismo Rurale Bit forJob - Formazione e lavoro nel Turismo Bit Incentive - Eccellenza dal mondo Meeting, Congressi & Incentive Bit Spa - Terme, Benessere, Beauty Farm Bit Golf - Turismo e Golf Bit OpenAir - Turismo all'aria aperta Bit Virtual - Innovazione tecnologica per il Turismo Bit Gusto - Territorio ed Enogastronomia. Val la pena di spendere qualche parola per evidenziare come, al di là di un evidente, forte coinvolgimento in Bit Spa e Bit Gusto – che richiedono una forte presenza, perché rappresentano le nostre vocazioni più profonde – ci sono altri focus che meritano la massima attenzione del mondo imprenditoriale e operativo ischitano. “Bit forJob”, dedicato all'incontro tra domanda e offerta di formazione e lavoro nel settore turistico, ospiterà infatti non solo tutti i professionisti del settore, bensì studenti e docenti di materie turistiche, per una crescita che non può prescindere dalla più stretta comunicazione e collaborazione tra gli attori del turismo. “Bit Incentive”, che riguarda un settore del turismo in forte crescita mondiale, ma che ad Ischia possiede ancora un enorme margine di incremento, visto che sono ancora poche le strutture votate a questo potente segmento. Se si considera che la tendenza globale del turismo congressuale è quella di coniugare l'impegno dei partecipanti con lo svago ed il divertimento nelle ore libere in un ambiente quanto più suggestivo possibile, allora Ischia si pone immediatamente come una meta ideale. “Bit Virtual” - indirizzato all'innovazione tecnologica per il turismo, con i servizi per il turismo in rete, le agenzie virtuali, le infrastrutture per l'e-commerce - è probabilmente il “filo d'oro” che mancava per celebrare il matrimonio tra offerta e domanda turistica. Val la pena di visitare il sito ufficiale della manifestazione: www.bitcits.it, per prendere contatto con tutti i suoi contenuti e per considerare di parteciparvi, magari l'anno prossimo, visto che l'attuale edizione è ormai in corso. Ben venga dunque il grande impegno che si è percepito in queste settimane da parte degli imprenditori turistici isolani che vi parteciperanno, il fermento con cui si sono preparati a questo importante appuntamento, gli investimenti che hanno destinato all'obiettivo BIT. L'auspicio migliore è che l'imminente stagione turistica 2005 sia in grado di restituire fiducia non solo ad Ischia, ma anche a tutto il meridione, contrastando così la quotidiana, terribile cronaca nera di Napoli, che ci pone ingiustamente in una dimensione che non ci appartiene. Il futuro del turismo senza internet? Impossibile. Anche la BIT, il cui auspicato successo di questa edizione assume il significato simbolico di conclusione del primo quarto di secolo e apertura di un nuovo ciclo proiettato nel terzo millennio, la pensa così.