

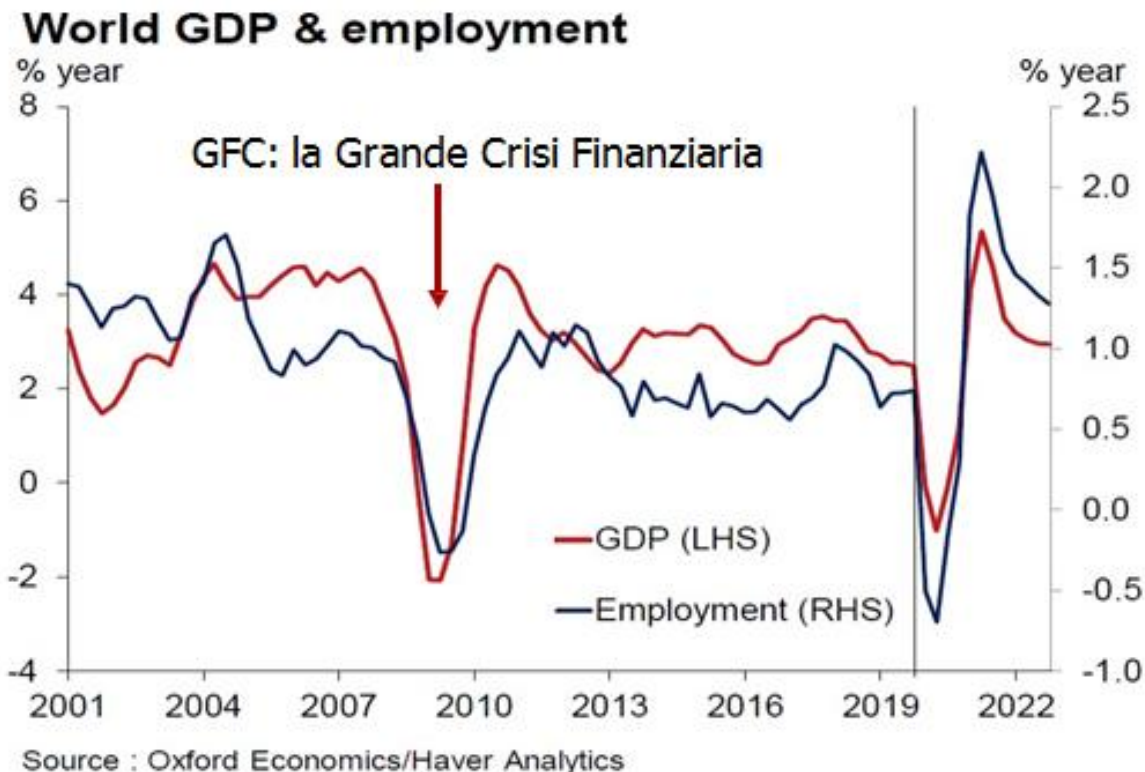
Ciclo di Webinar tematizzati

→ **“COSA ATTENDERSI PER LA RIPRESA?”**
a cura di **Stefano dall’Aglio**



Martedì 19 maggio 2020, ore 18.00 – 19.00

**Progetto “AZIONI INFORMATIVE PER IL RINFORZO
COMPETITIVO” finanziato con i fondi della
Mis.19.2.02.13 Leader, PSR Regione Emilia-Romagna
2014-2020**



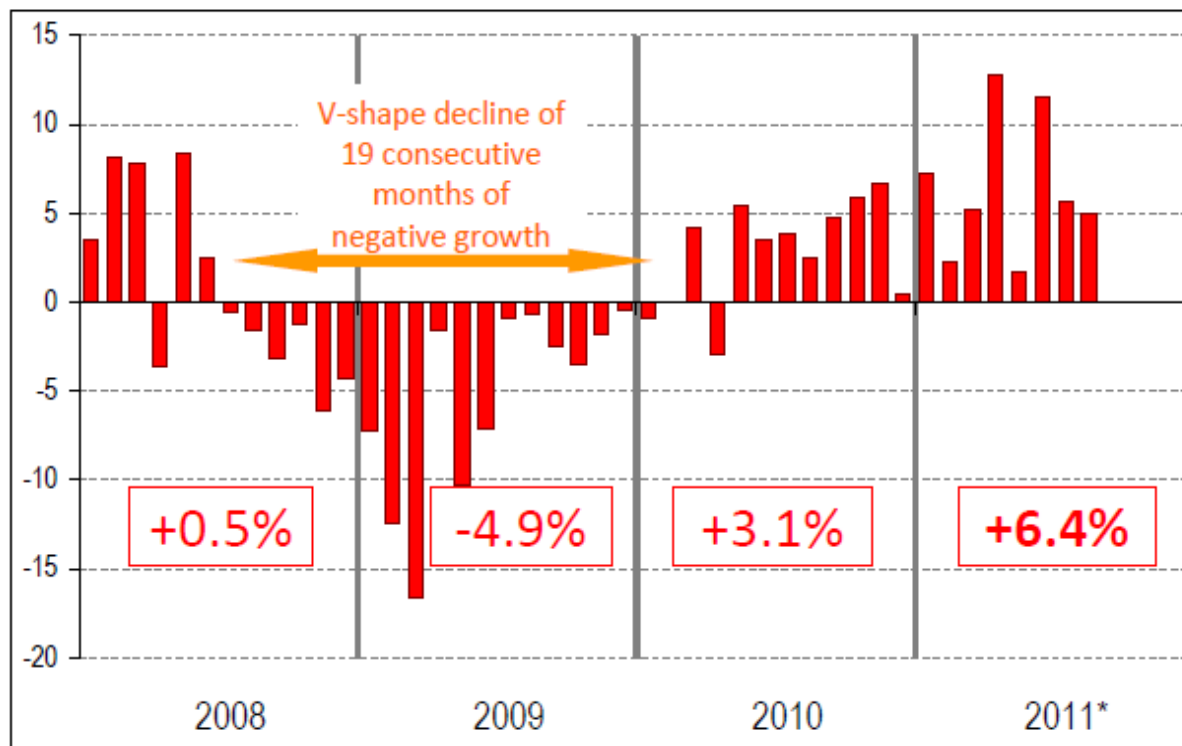
Ciclo di Webinar tematizzato
“La “Nuova Stagione”: Fare turismo nel Po Delta al tempo del Covid-19”, 19.05.2020

Europe: fastest growing region in 2011

International Tourist Arrivals, monthly evolution

Europe

(% change)



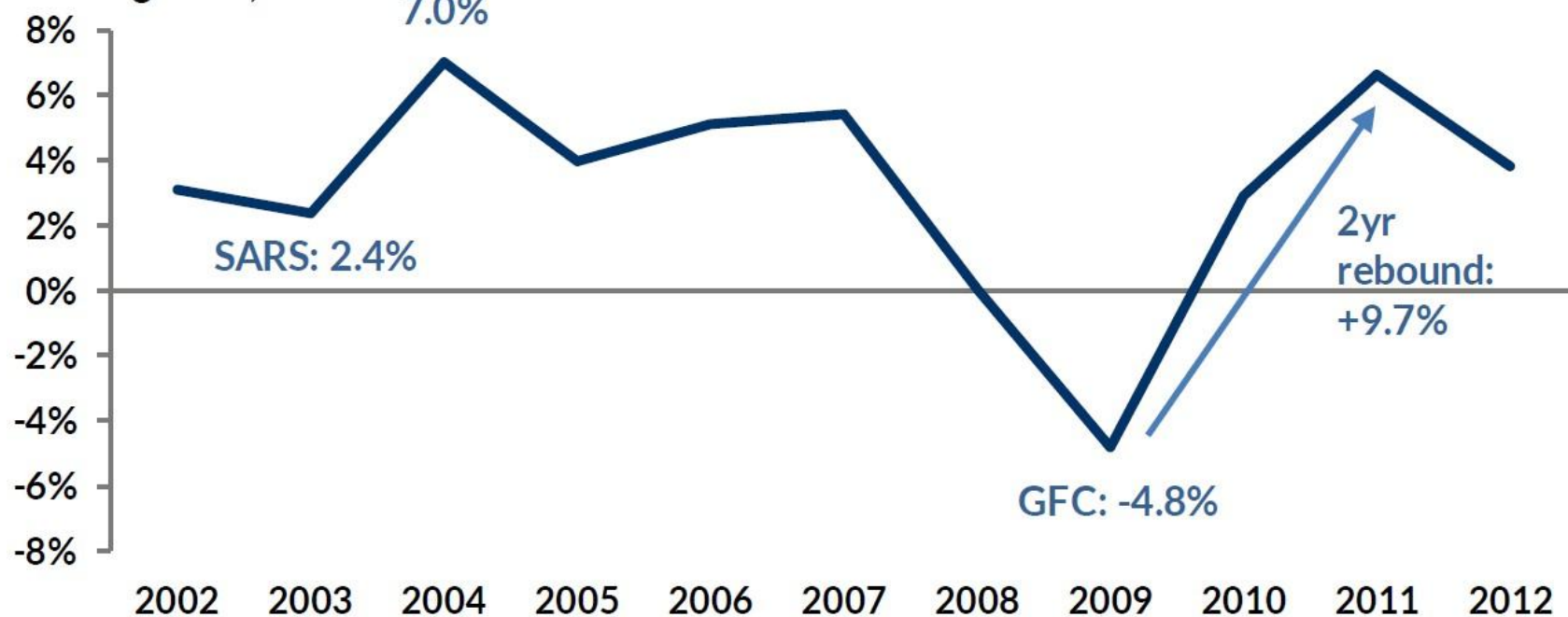
Source: World Tourism Organization (UNWTO) ©

Ciclo di Webinar tematizzato
“La “Nuova Stagione”: Fare turismo nel Po Delta al tempo del Covid-19”, 19.05.2020

Strong demand rebound is typical in past recoveries

Europe tourist arrivals over history

Annual growth, %

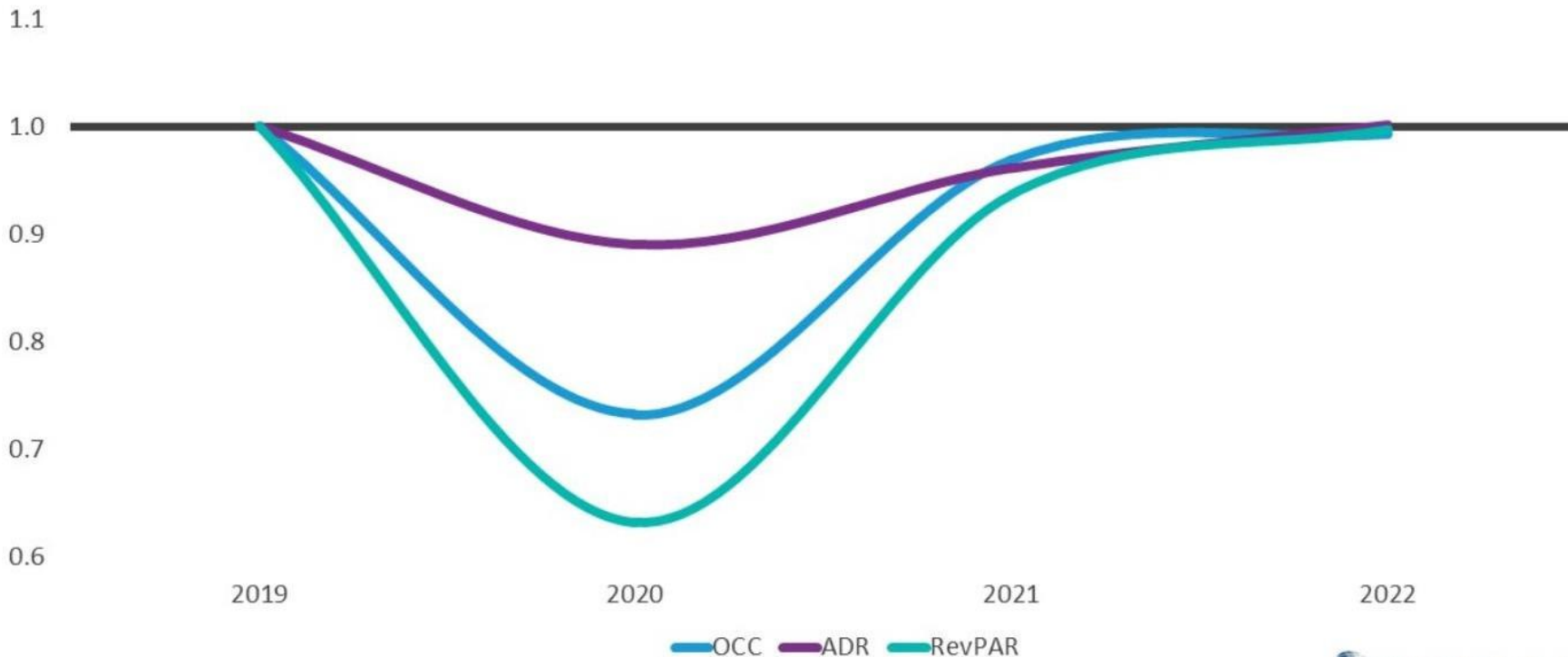


Source: Tourism Economics

Ciclo di Webinar tematizzato
“La “Nuova Stagione”: Fare turismo nel Po Delta al tempo del Covid-19”, 19.05.2020

Return to 2019 levels expected in 2022

Average Hotel RevPAR, Indexed to 2019 for European Forecast Markets*, March 2020 Forecast



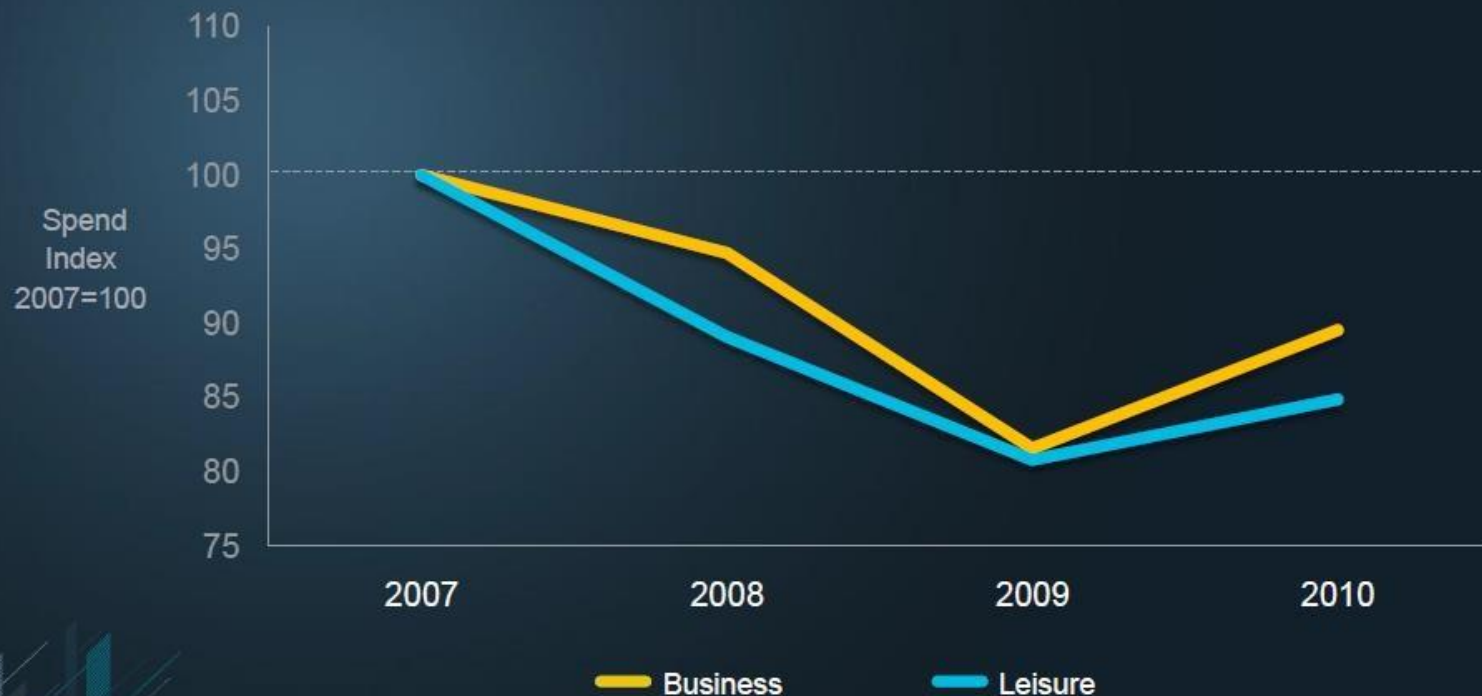
TOURISM ECONOMICS

Ciclo di Webinar tematizzato
“La “Nuova Stagione”: Fare turismo nel Po Delta al tempo del Covid-19”, 19.05.2020

Business Spending is Rebounding More Strongly



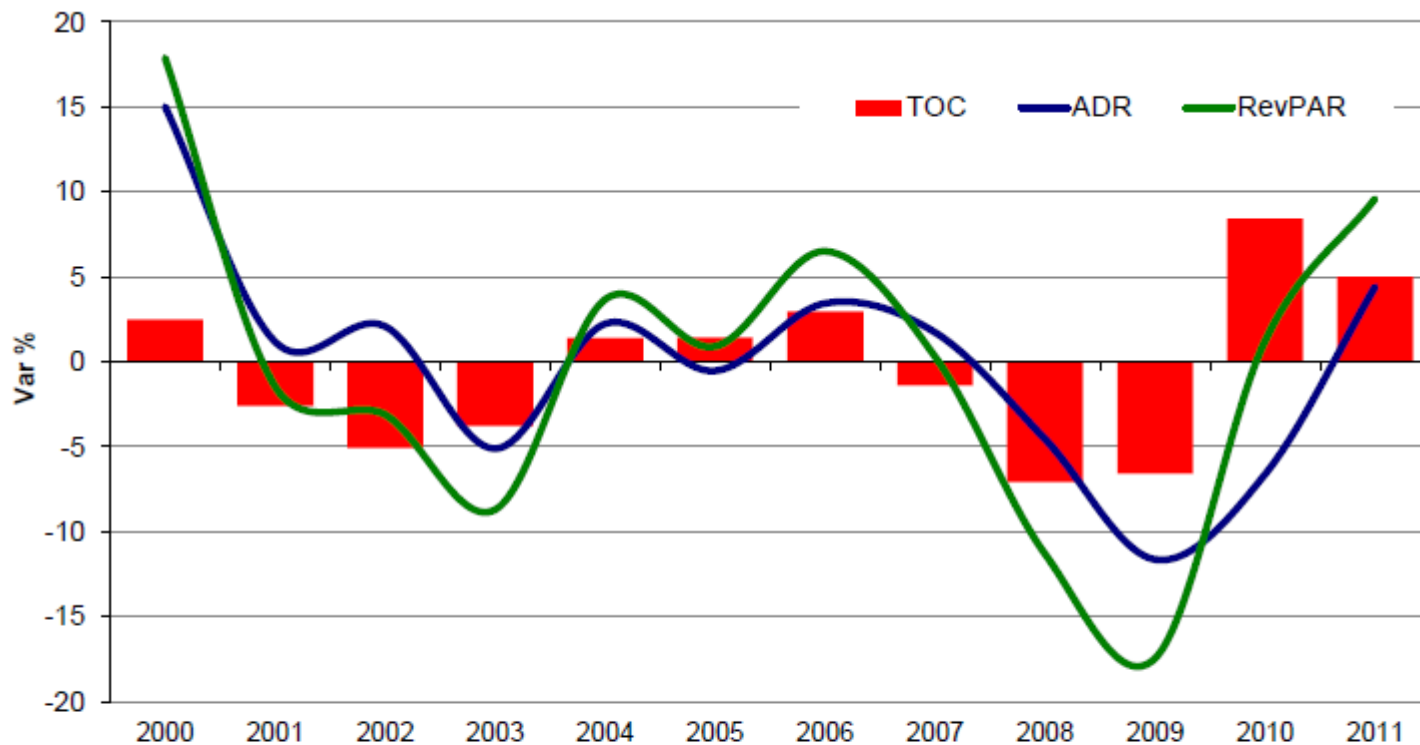
Lodging Spending in Europe



★ La spesa per ricettività nel 2010 non è ancora ai livelli pre-crisi

S. Bhatia American Express, EHMA – European Lodging Trends, 2011

Ciclo di Webinar tematizzato
“La “Nuova Stagione”: Fare turismo nel Po
Delta al tempo del Covid-19”, 19.05.2020



Elaborazioni su dati AICA

- ADR è il driver principale dei ricavi
- Nel 2010 → priorità al recupero TOC (ca 55% nel 2009)

Ciclo di Webinar tematizzato

“La “Nuova Stagione”: Fare turismo nel Po Delta al tempo del Covid-19”, 19.05.2020



Programma di Sviluppo Rurale dell'Emilia-Romagna 2014-2020

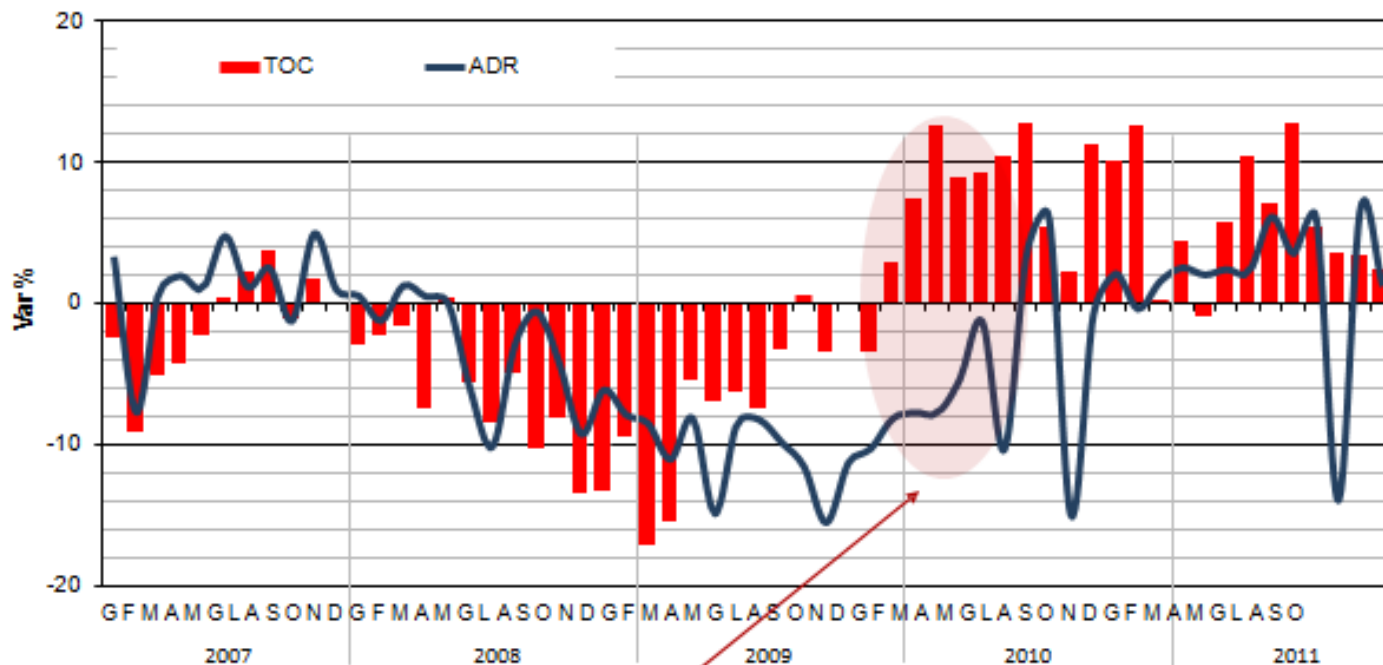


UNIONE EUROPEA Fondo Europeo Agricolo per lo Sviluppo Rurale



Regione Emilia-Romagna

L'Europa investe nelle zone rurali



Elaborazioni su dati AICA

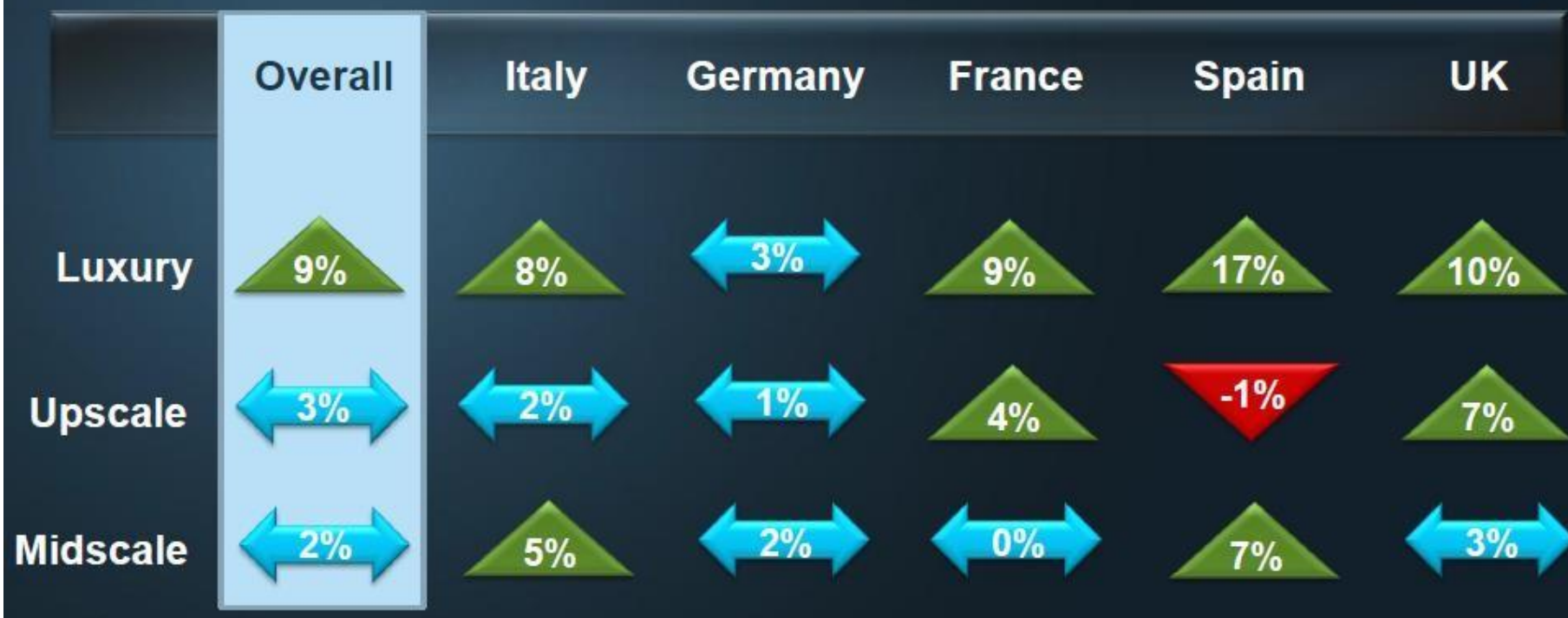
★ ANOMALIA: Ritardo nell'adeguamento di ADR rispetto all'occupazione.
 continuano a calare i prezzi anche quando l'occupazione sta risalendo

Ciclo di Webinar tematizzato
“La “Nuova Stagione”: Fare turismo nel Po Delta al tempo del Covid-19”, 19.05.2020

Luxury Spending is Rebounding Faster

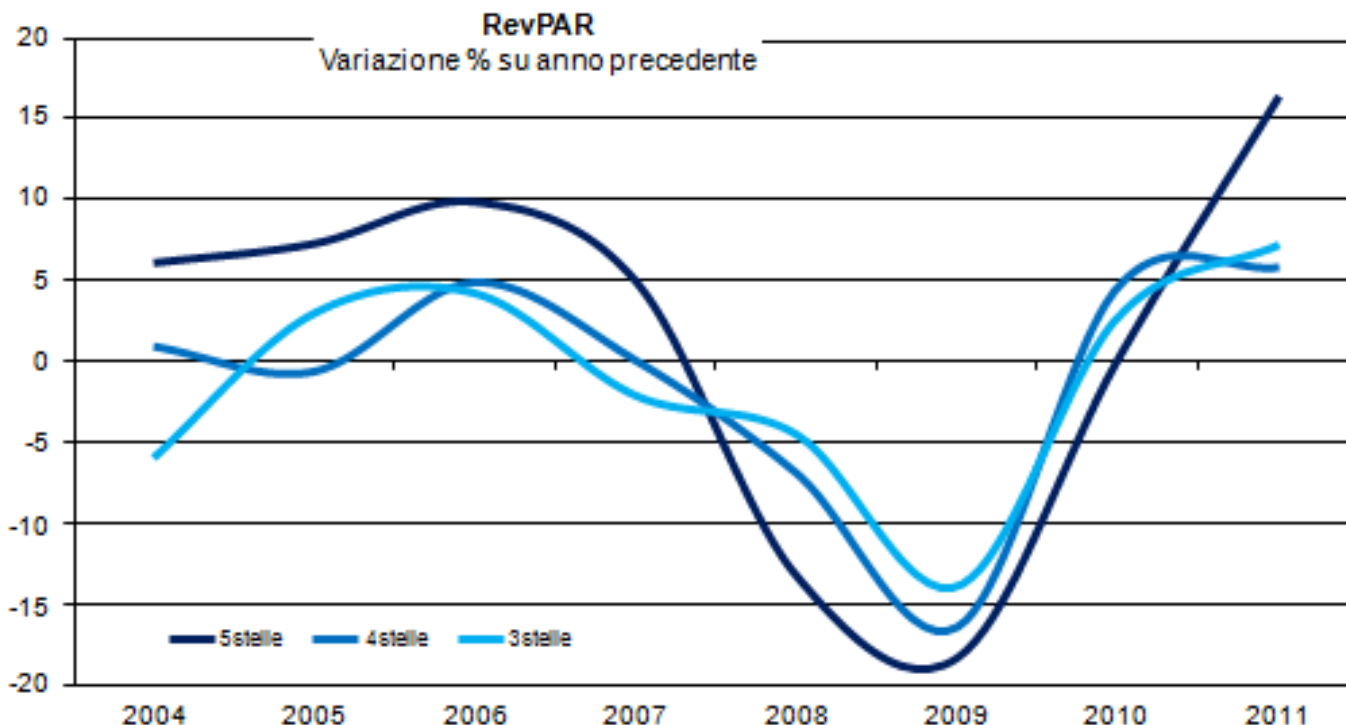


2010 YOY Spend Growth



S. Bhatia American Express, EHMA –European Lodging Trends, 2011

*Ciclo di Webinar tematizzato
 “La “Nuova Stagione”: Fare turismo nel Po
 Delta al tempo del Covid-19”, 19.05.2020*



- ★ Migliore performance dei 5* nelle fasi "up", peggiore nelle fasi "down"
- ★ Ma i 4* non hanno performance diverse dai 3*

Ciclo di Webinar tematizzato
 "La "Nuova Stagione": Fare turismo nel Po
 Delta al tempo del Covid-19", 19.05.2020

Alcune indicazioni sulla situazione attuale

- ★ Peculiarità della crisi attuale: Non abbiamo una vera esperienza storica alla quale attingere
- ★ Mercato Domestico vs. Internazionale
- ★ Mercato Business vs. Leisure
- ★ Nature/Outdoor vs. Altri segmenti
- ★ Alberghiero vs. extralberghiero
- ★ Advance booking
- ★ Permanenza
- ★ Tempo della vacanza
- ★ Comunicazione hotel-ospite
- ★ Flessibilità: Utilizzare tutti i canali di vendita e ampliare al massimo consentito le tattiche di intervento

STRATEGIE DEGLI HOTEL IN TEMPI DI CRISI

Quali tattiche adottare?

Alcune indicazioni dalla GFC (2009)

★ Autore:

- Sherry Kimes, Direttore Istituto Hospitality Management Cornell University, Nayang (Cina)

★ Svolta ad inizio 2010

★ Obiettivi:

1. Quali tattiche hanno usato gli hotel durante la crisi
2. Valutare l'efficacia delle tattiche utilizzate
3. Sviluppare consigli per le crisi future

★ Casi: **980 alberghi** a livello mondiale

- | | |
|-----------------------------|-----------------|
| - 31% USA | - 42% 5 stelle |
| - 30% Asia&Pacifico | - 35% 4 stelle |
| - 30% Europa | - 21% 3 stelle |
| - 9% Medio Oriente e Africa | - 2% 1-2 stelle |

STRATEGIA

TATTICA

DESCRIZIONE

Ciclo di Webinar tematizzato
“La “Nuova Stagione”: Fare turismo nei Po Delta al tempo del Covid-19”, 19.05.2020



**Programma di
Sviluppo Rurale**
dell'Emilia-Romagna
2014-2020



UNIONE EUROPEA
Fondo Europeo Agricolo
per lo Sviluppo Rurale



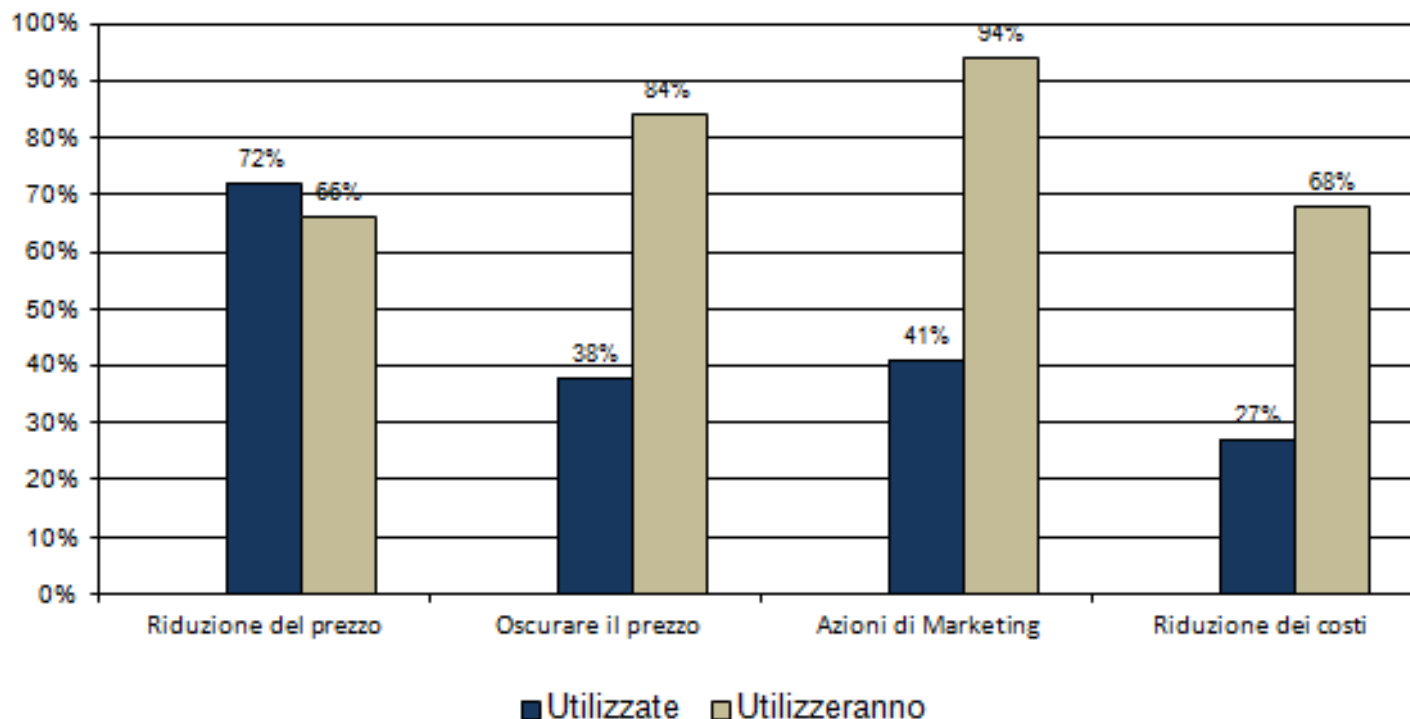
Regione Emilia-Romagna

L'Europa investe nelle zone rurali

Le strategie per affrontare la crisi

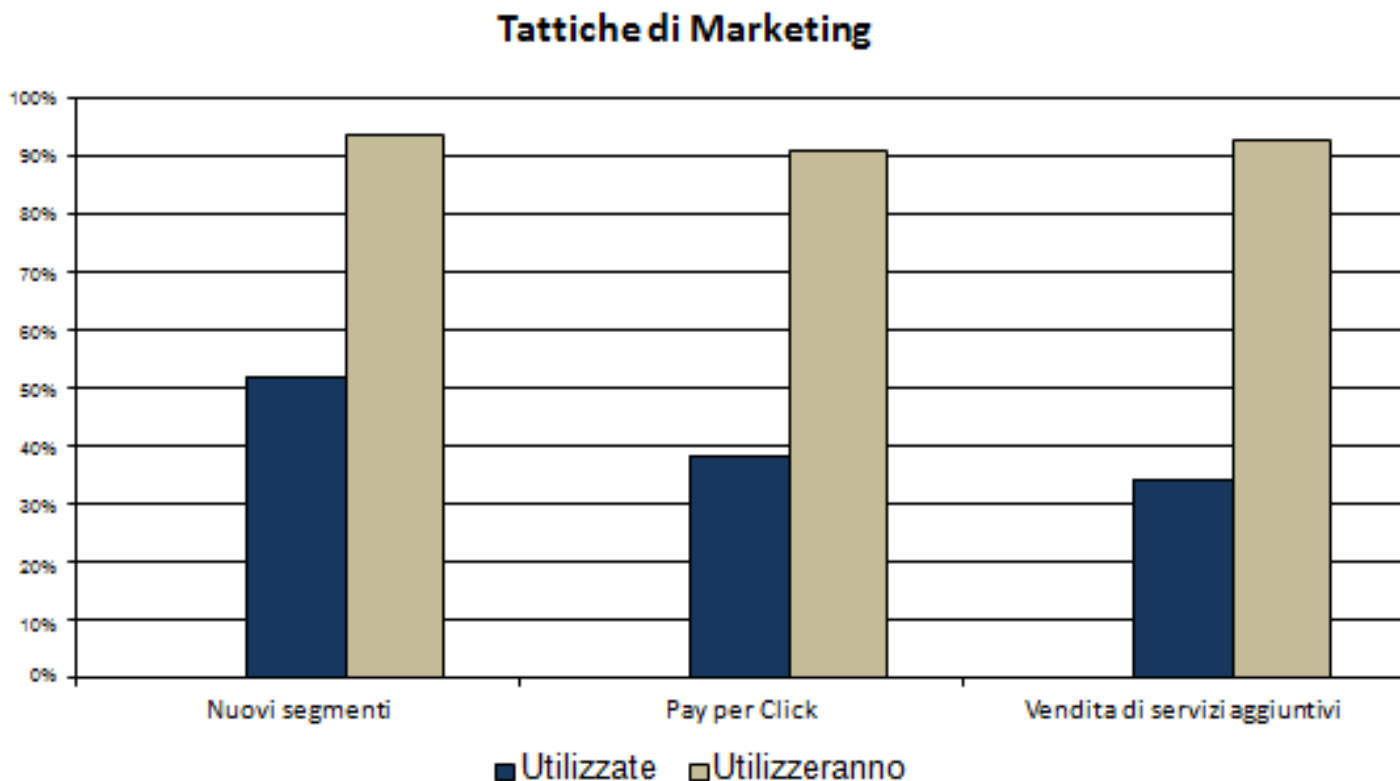
★ Secondo voi, tra quelle presentate qual è la strategia "migliore" in tempi di crisi?

Strategie considerate

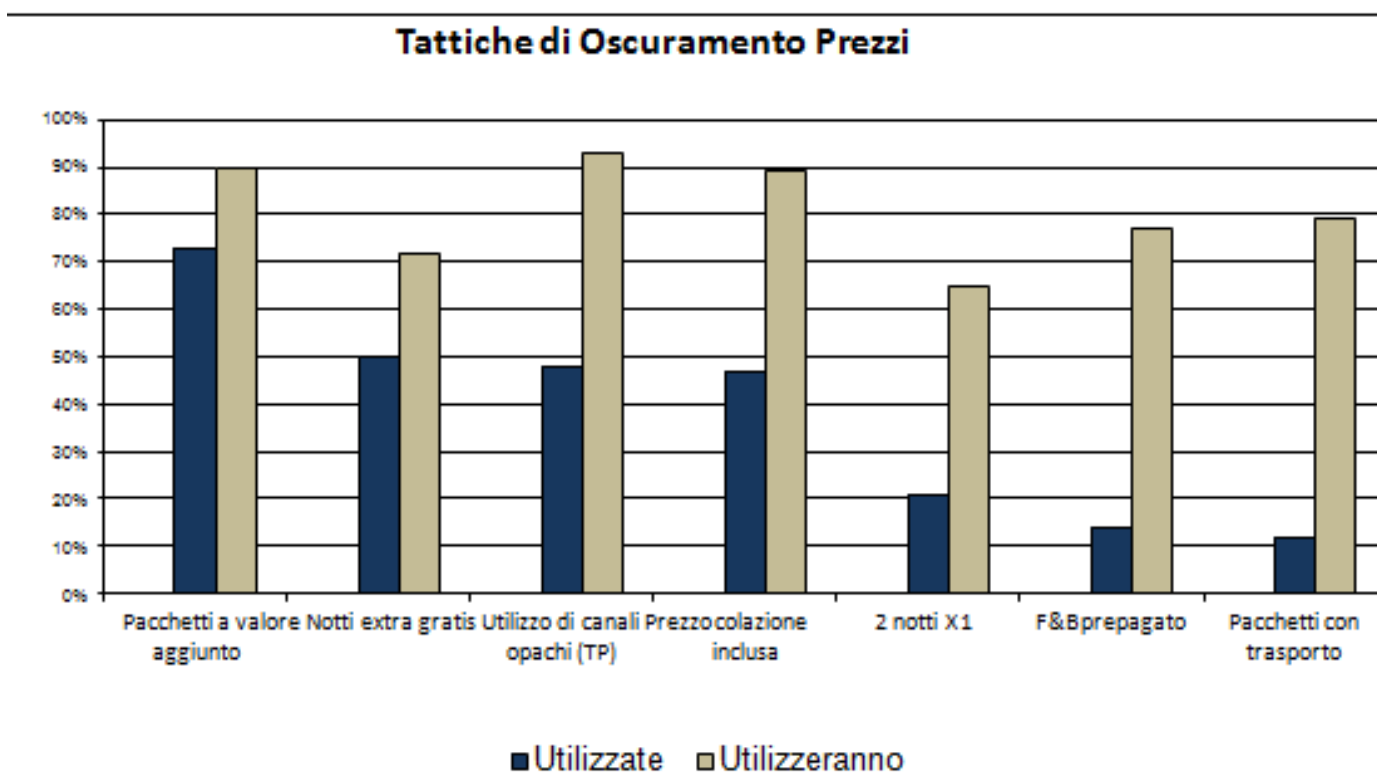


Ciclo di Webinar tematizzato
 “La “Nuova Stagione”: Fare turismo nel Po
 Delta al tempo del Covid-19”, 19.05.2020

- ★ Quali, tra le tattiche di Marketing presentate, considerate la migliore?



- ★ Quali, tra le tattiche di Oscuramento Prezzi, considerate la migliore?



- 1) **Niente panico**
 - Pensare strategico
 - Ottica di lungo periodo
- 2) **Non innescare un processo di ribasso dei prezzi**
 - Scontare in modo intelligente: Pacchetti creativi; Uso di canali distributivi “opachi” (OTA)
- 3) **Non ridurre il budget di marketing**
 - Mantenere il pacchetto clienti attuale
 - Sviluppare pacchetti e promozioni per i clienti attuali e potenziali
- 4) **Diversificare la strategia marketing**
 - Identificare i segmenti di clientela meno sensibili al prezzo
 - Sviluppare offerte mirate per attrarli e trattenerli
 - Sviluppare nuovi canali distributivi
- 5) **Considerare le pratiche di *rate-obscuring***
 - Sviluppo di pacchetti a valore aggiunto, difficili da imitare
 - Particolarmente importanti se occorre ridurre le tariffe, senza effetti negativi sul brand
- 6) **Mantenere il livello del servizio**
 - Non fare tagli a scapito della qualità

GRAZIE PER LA CORTESE ATTENZIONE

Stefano Dall'Aglio

*Progetto realizzato nell'ambito della Misura 19.2.02.13
"AZIONI INFORMATIVE PER IL RINFORZO COMPETITIVO"
finanziato con i fondi Leader, PSR Regione Emilia-Romagna 2014-2020*

Ciclo di Webinar tematizzato
"La "Nuova Stagione": Fare turismo nel Po
Delta al tempo del Covid-19", 19.05.2020