

2 agosto 2018 12:55

## Turismo, Isnart-Unioncamere: per fare business imprese hanno bisogno dei big data



Per fare business, le imprese turistiche hanno bisogno di dati sempre più aggiornati e immediatamente disponibili. E' quanto emerge da un'indagine condotta dall'Istituto Nazionale Ricerche Turistiche (Isnart) su un campione rappresentativo di imprese italiane alberghiere ed extralberghiere.

Le imprese turistiche risultano essere "cresciute" e diventate più consapevoli dell'importanza di una corretta gestione dei numeri e delle statistiche per fare business e della necessità del loro utilizzo per la programmazione.

Il 53,8% degli imprenditori ritiene utile avere informazioni sulle caratteristiche e i comportamenti dei turisti italiani e stranieri, con delle grandi differenze a seconda delle aree geografiche prese in esame: se per le imprese del Nord-Est (75,7%) e del Centro (58,9%) è fondamentale avere dei dati sulle motivazioni di scelta della vacanza e della destinazione, per quelle del Nord-Ovest è più importante conoscere le statistiche sulla tipologia di alloggio scelto (48,9%), mentre quelle del Sud e Isole optano (48,9%) per i dati su età e condizione economica dei turisti.

"Gli operatori turistici hanno bisogno di programmare le loro attività d'impresa. Per questo le Camere di commercio hanno avviato un nuovo modello di osservazione economica sul turismo sfruttando i Big data – è quanto ha sottolineato il presidente di Unioncamere, Carlo Sangalli – "L'intelligenza artificiale può dare, alle imprese strumenti concreti per diventare più competitive e, alle Camere di commercio, modalità innovative per presidiare la nuova competenza sul turismo attribuita dalla

riforma.”

“E’ proprio per queste ragioni che come Isnart vogliamo sostenere lo sforzo di Unioncamere per stare sempre più vicino alle esigenze delle imprese – spiega il presidente di Isnart Roberto Di Vincenzo- le innovazioni che stiamo introducendo nei nostri sistemi di rilevazione consentiranno di fornire una lettura predittiva sui flussi e sull’economia del settore. L’Osservatorio del turismo del sistema camerale riuscirà così ad aiutare le imprese ad individuare con maggiore tempestività i propri sentieri di crescita.”

Dall’indagine emerge inoltre che per definire al meglio le strategie commerciali, il 28,7% delle strutture alberghiere ritiene importante avere delle statistiche sul metodo utilizzato dai turisti per organizzare il proprio viaggio (tradizionale o via web), un dato nettamente superiore a quello delle strutture extralberghiere (11,1%).

Il 39,8% delle imprese necessita di dati statistici sulla tipologia di alloggio che i turisti italiani e stranieri scelgono per il proprio soggiorno, mentre il 40,9% delle strutture alberghiere ed extralberghiere esprime la necessità di avere indicatori delle risorse del territorio e sulle sue potenzialità, per poter definire al meglio le strategie aziendali: ciò vale soprattutto per il Nord-Ovest (40,8%), per il Centro (48,2%) e il Sud e le Isole (43,7%), mentre per le imprese del Nord-Est è più importante un monitoraggio degli eventi nel territorio.

# Ag|Cult

Agenzia giornalistica **AgCult**  
registrazione al Tribunale di Roma 195/2017  
Via Cattaro, 28 - 00198 Roma  
[redazione@agcult.it](mailto:redazione@agcult.it)