



Il turismo, la novità «Scegli tu la vacanza» Cilento, in 110 aziende l'ospitalità è digitale

Margherita Siani

Una piattaforma digitale che sviluppi un nuovo rapporto con il turista. Nasce nel Cilento una rete di oltre cento strutture ricettive pronte a sposare le nuove frontiere della tecnologia per elevare la qualità della propria offerta, offrire servizi quanto più completi al turista, quindi elevare nel contempo la propria redditività. «Scusi, cosa posso vedere? E quanto costa? Quel museo è aperto e quando? Cosa possono fare i miei bambini? A che ora parte il treno?», sono alcune delle domande che i turisti avanzano ad un albergatore, magari al loro arrivo in hotel. Non sempre le risposte possono essere immediate. Ed è proprio per rispondere a domande simili che si è dato vita ad un sistema, già in essere in altre aree del Paese, come la Romagna che ha fatto da apripista. Ed ora tocca anche al Cilento. La piattaforma e le sue possibilità hanno riscosso interesse e già le prime adesioni di 110 imprese che hanno partecipato a "In tour Cilento", promosso dal Gruppo bancario cooperativo Iccrea e sostenuto dalla Bcc Buccino Comuni Cilentani. Cinquanta a Castellabate, 30 ad Agropoli, 30 tra Capaccio Paestum, Montecorice, Ascea e Torchiara: sono qui le strutture alberghiere e ricettive che intendono aderire ad un programma che punta allo sviluppo del Cilento, anche attraverso una nuova alleanza tra mondo bancario ed imprese.

IL SISTEMA

Il sistema si fonda sulla possibilità di prenotare la propria vacanza attraverso una piattaforma on line chiamata MyReplay, collegata al sito dell'hotel, e di trovare all'interno tutte le informazioni utili per organizzare la propria vacanza, senza l'intermediazione di agenzie. La struttura ricettiva scelta stabilirà una sorta di relazione continuativa con il cliente da quando prenota fino al termine della vacanza. Con newsletter, mail personalizzate e scambi on line di info, il turista potrà organizzare la propria permanenza sul territorio. Luoghi da vedere, costi, accessibilità, itinerari specifici, tutto on line ed in rete con la struttura ricettiva scelta

**ALFIERI, PRESIDENTE DELLA BANCA «BUCCINO COMUNI CILENTANI»:
OPPORTUNITÀ DI CRESCITA PER IL BUSINESS E PER IL TERRITORIO**

che diventa sorta di vera e propria "agenzia" per ogni info al turista. Per il turista anche un portale di e-commerce, per valorizzazione delle eccellenze produttive locali, Ventis City, dedicato alle offerte di produttori o esercenti del territorio che sono in questa rete strutture-banca. «È una opportunità di crescita importante per tutta l'area del Cilento - spiega il presidente della Bcc Buccino e Comuni Cilentani, Lucio Alfieri - Potrà condurre a cambiamenti notevoli nel business delle attività e migliorare il rapporto con i turisti. In questi anni il rapporto tra banca ed imprenditori è cambiato molto, oggi si è compreso che la banca accompagna la crescita dei territori con le azioni per sostenere imprese, enti, associazioni. È un rapporto reciproco. Come istituti siamo pronti a sostenere ogni innovazione in uno scambio vicendevole».

►Hotel, musei, gite e piatti tipici: ►La rete promossa da Iccrea e Bcc su MyReplay i consigli ai visitatori risorsa di qualità per gli operatori



L'APRIPISTA

La Romagna ha già fatto da apripista ed i risultati sono stati notevoli e visibili. I dati sono stati presentati recentemente a Castellabate durante "In tour Cilento". «Il progetto ha preso il via in Romagna e da qui in varie parti d'Italia - spiega Gabriele Nanni, Gestore Relazioni istituzionali di Iccrea Banca e Responsabile del Progetto "In Tour" - Da gennaio a maggio lo proporremo in ventidue località. Questa tipologia di azione e di soluzione la stanno utilizzando 1100 alberghi. Dai dati raccolti abbiamo visto che oltre a dare valore aggiunto al turista, danno vantaggi anche alle strutture ricettive aumentando la loro redditività. È un sistema di automazione che caratterizza le destinazioni, migliorando le performance delle strutture e la qualità. In provincia di Salerno abbiamo avviato una fase ponte lo scorso anno, che ha dato buoni risultati ed ora puntiamo ad espanderla». Fino a dicembre 2018, quasi due milioni sono state le richieste di preventivi, 130mila euro di importi prenotati su un campione di 425 clienti, questi i primi risultati dell'applicativo MyReplay.

MARE E MONTI

Si parte dunque da un centinaio di attività cilentane, anche se in provincia di Salerno c'è stata già una sorta di fase pilota durante la quale hanno aderito alcune attività. Si avvia adesso la fase operativa e le prossime settimane saranno determinanti. Le strutture non sono solo quelle di costa ma anche delle aree interne, per creare una interazione di itinerari mare-monti, grande forza per il Cilento. Da una parte il mare, dall'altra castelli, borghi, musei, aree ambientali straordinarie, ma spesso mancava la rete tra tutto questo. Con questa piattaforma on line si inizia a strutturare proprio questa rete di conoscenza per il turista che con un click sceglie dove dormire, dove tuffarsi, ma anche quale castello visitare o dove mangiare magari un prodotto tipico, dove fare qualche acquisto. Le aree diventano vere e proprie destinazioni.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**NANNI, RESPONSABILE DEL PROGETTO «IN TOUR»:
IN ROMAGNA RISULTATI NOTEVOLI ORA APPRODIAMO NEL SALERNITANO**

Gli albergatori: offriamo servizi migliori ed evitiamo le «trappole» di chi non paga

LE REAZIONI

Un rapporto face to face con il cliente, la possibilità di orientare il turista in base alle proprie esigenze ed aspettative, ma anche una maggiore sicurezza nei pagamenti. Sono alcuni degli elementi che hanno attratto maggiormente le strutture ricettive cilentane, che hanno aderito all'iniziativa "In tour Cilento", puntando su questa nuova piattaforma on line di gestione del rapporto albergatore-turista. Le attività si preparano così a raccogliere la sfida anche sul digitale, per aiutare a sostenere le scelte dei clienti, migliorare la qualità dei servizi e rendere sicuri i pagamenti. Anche questo è un aspetto non secondario su cui vi è l'impegno di tutti. Gli obiettivi generali delle imprese vanno di pari passo anche a quelli più pratici che si svi-

luppano in questo nuovo sistema che punta a dare sicurezza dei pagamenti. Perché accade che si può prenotare delle camere, ad esempio, e poi non ci si presenta, producendo perdite per un albergatore. Attraverso le prenotazioni su questa nuova piattaforma, invece, c'è sicurezza. Non accadrà più che si arrivi a perdere anche tremila euro in un giorno, com'è successo in passato. Queste sono le "trappole" che un sistema di pagamento efficace evita a chi opera sul territorio.

**GAGLIANO (FEDERALBERGHI):
PUNTIAMO A FAR CRESCERE LA CULTURA DELL'ACCOGLIENZA**

LE VOCI

Per Giuseppe Gagliano, presidente di Federalberghi, che ha anche una sua esperienza diretta di adesione da un anno a questa piattaforma on line, la crescita è sul piatto. «C'è una crescita di numeri in provincia di Salerno e si punta ad una maggiore crescita della cultura dell'accoglienza e dell'ospitalità - dice - Come Federalberghi abbiamo accolto la collaborazione con Iccrea da un anno proprio perché vi è questa ventata di cultura dello sviluppo che si sta interessando. Il nostro interesse è favorire la sinergia tra imprenditori, ma anche la tutela delle imprese turistiche grazie a pagamenti sicuri». Ma ciò che cambia e si migliora è soprattutto il rapporto con il cliente. «Togliamo alcuni pesi senza eliminare quel tocco di umanità del gestore, che facilita una vacanza, e

le scelte, mantenendo un rapporto diretto», dice ancora Gagliano. Il lavoro è soprattutto quello di omogeneizzare l'offerta e la richiesta di turismo ovunque, puntando ad allargare la stagione con altro. Ma per poter definire delle azioni si deve partire dai numeri. «L'analisi dei dati per capire cosa accade sul territorio e provare, anche insieme alle istituzioni, ad intervenire nella destagionalizzazione è vitale quanto una migliore organizzazione di eventi, che attraggono turismo e turisti. Questo è un obiettivo del nuovo percorso - spiega Carlo Montone, di Trezene Village di Santa Maria di Castellabate - Spesso non si guarda ai numeri per capire i fenomeni, magari si concentra tutto tra luglio ed agosto, anche sul piano dei collegamenti, e questo non favorisce un contesto di sostegno in altri periodi dell'anno». L'esperienza di



**MONTONE (TREZENE):
UN'ORGANIZZAZIONE MIGLIORE CONSENTE ANCHE DI DESTAGIONALIZZARE LE PRESENZE**

chi è sul campo ad ogni stagione risulta fondamentale. «Abbiamo aderito a questa iniziativa ed avviato questo percorso con entusiasmo - ribadisce ancora Montone - Penso fosse una necessità e sarà un grande vantaggio per migliorare i nostri servizi. Con questa unione tra imprese, mondo bancario ed amministrazioni si può pensare davvero ad uno sviluppo organico».

ma.si.

© RIPRODUZIONE RISERVATA