



POLITECNICO
MILANO 1863
SCHOOL OF MANAGEMENT

OSSERVATORI.NET
digital innovation

L'Osservatorio Innovazione Digitale nel Turismo

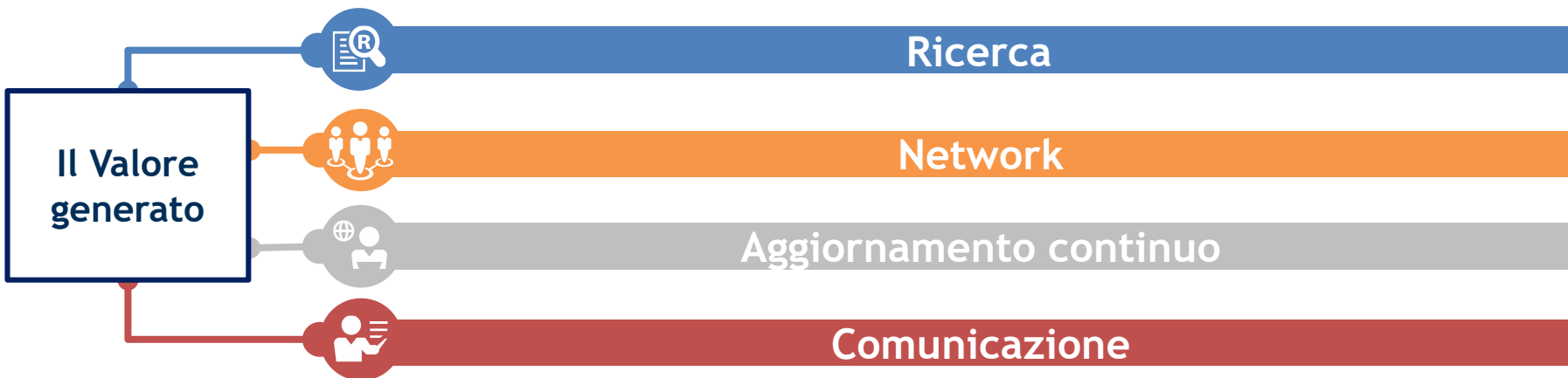
Eleonora Lorenzini
Eleonora.lorenzini@polimi.it

Assemblea Nazionale FTO - 2 luglio 2019



Mission

L'Osservatorio Innovazione Digitale nel Turismo, alla sua **sesta edizione**, è il punto di riferimento per **comprendere le opportunità generate dall'innovazione digitale nei viaggi e supportare** Imprese, PA e Destinazioni nel governarne i **cambiamenti in atto**



8 Indagini

QUANTIFICAZIONE: oltre 200 aziende

DOMANDA: oltre 1.000 turisti digitali, oltre 500 business traveller, oltre 150 indagini sul turista internazionale, oltre 100 travel manager

OFFERTA: oltre 1.600 strutture ricettive, 77 startup italiane, oltre 450 agenzie di viaggio, oltre 120 servizi mobile business, ...



9 Workshop, Focus Group e laboratori di co-creation

con oltre **150 partecipanti** complessivi

Incontri e interviste

con **70 Aziende del settore e Associazioni di categoria**



1 percorso di 3 Webinar sul Business travel

1 percorso di 6 Webinar sull'innovazione nel Travel

Oltre **1.000** iscritti al Convegno e oltre **500** partecipanti

Oltre 200 uscite stampa

oltre **50.000** views sui social

I tre punti di vista della ricerca



OFFERTA



Agenti/
consulenti di
viaggio



Strutture
ricettive



Attività/ servizi
esperienziali



Startup



Piattaforme e IT
solutions
provider



Quantificazione
del mercato

Rilevazione delle ASIMMETRIE per rendere più EFFICACE
la proposizione digitale dei Viaggi

Turisti digitali
italiani



Turisti digitali
internazionali



Travel
manager



Business
traveller



Imprese e PA



DOMANDA

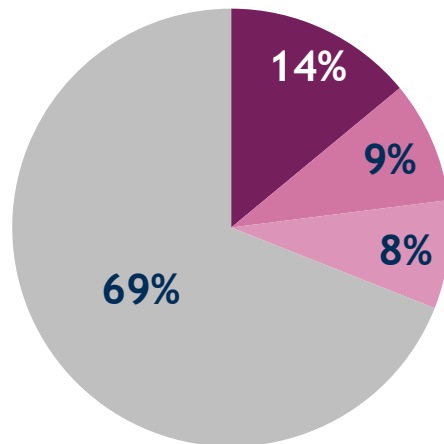


Obiettivo: supportare la competitività e la trasformazione del retail turistico

Anche le aziende native digitali hanno compreso l'importanza della relazione umana e aprono anche store fisici



Quasi un turista digitale su quattro si reca in agenzia per acquistare



- Sì, SOLO per prenotare la vacanza, dopo aver cercato informazioni online
- Sì, per cercare informazioni e prenotare
- Sì, SOLO per cercare informazioni
- No, ho fatto tutto online in autonomia



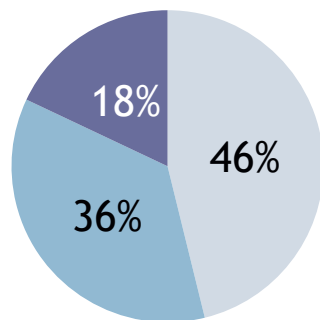
Base: 624 turisti digitali (vacanza lunga)



Obiettivo: contribuire a una conoscenza più approfondita delle varie forme di ospitalità per supportare l'industry nella comprensione degli spazi di mercato e nell'offerta di servizi innovativi

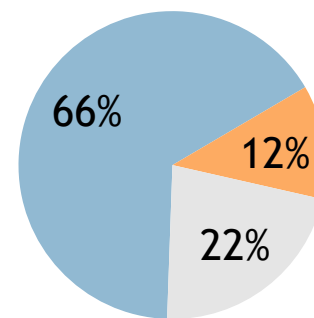
Canali di arrivo delle prenotazioni delle strutture ricettive

- Direttamente dal cliente finale
- Tramite OTA o portali di home sharing
- Altro (agenzie, coupon etc.)



Base: 1.378 rispondenti
Anno 2018

Opinioni sulle OTA e i portali di Home Sharing



- Un'opportunità
- Un problema
- Nessuno dei due

Base: 1588 rispondenti
Anno 2017

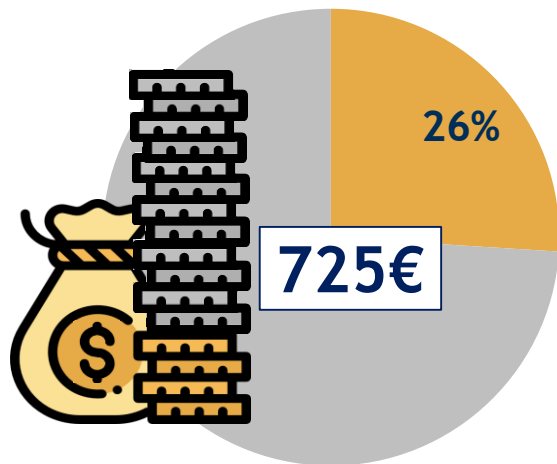




Digital tourist journey

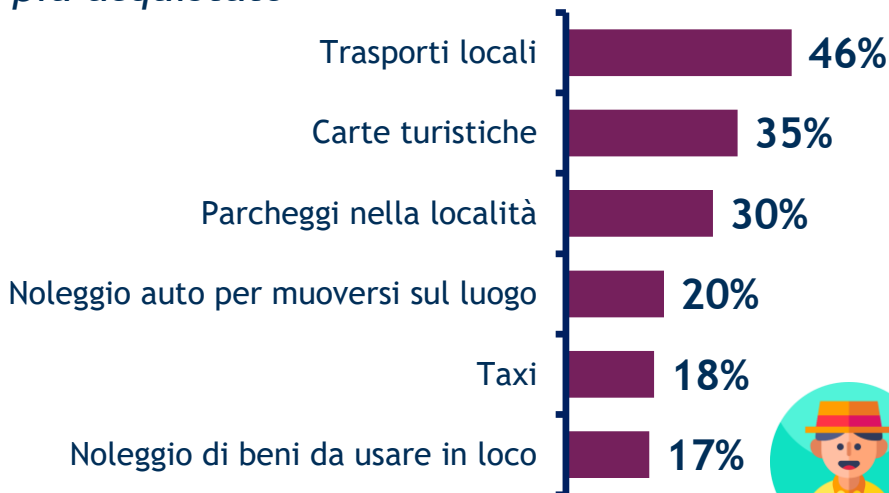
Obiettivo: approfondire la conoscenza di particolari segmenti di turisti su servizi a forte crescita e valore aggiunto

Oltre un quarto del budget per la vacanza è dedicato alle attività esperienziali



Base: spesa complessiva per persona (media)

I trasporti locali sono il servizio esperienziale più acquistato



Base: 624 turisti digitali (vacanza lunga)





Obiettivo: supportare le aziende nella gestione della relazione con il turista

Turisti contattati nel post viaggio per proporre un nuovo servizio e risposta alla sollecitazione

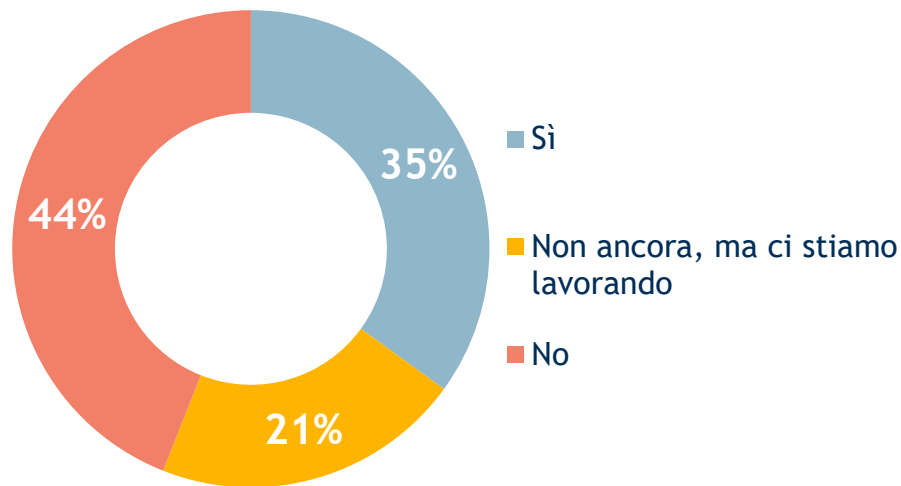


Base: 1000 turisti digitali





Solo 1/3 delle aziende personalizza i contenuti sul sito/app rispetto all'individuo o al segmento



Base: 107 rispondenti

Fonte: Osservatorio Omnichannel Customer Experience 2018

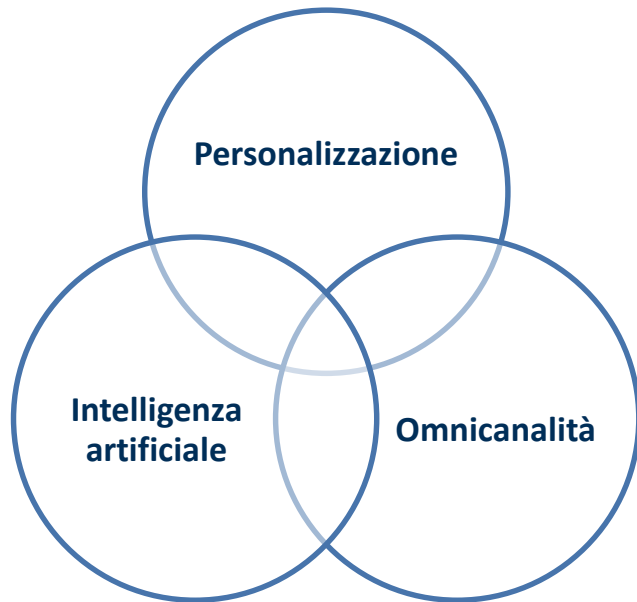




Obiettivo: supportare le aziende nella gestione della relazione con il turista

Temi

Utilizzo di **intelligenza artificiale** (analisi dell'offerta, casi, sperimentazioni) per la **personalizzazione della relazione** con il cliente



Best practice di personalizzazione umana e digitale gestiti in una **prospettiva omnicanale**



... e per rimanere sulla frontiera dell'innovazione



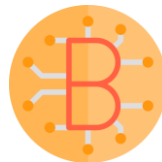
Mobility

40% dei viaggiatori business e 19% dei viaggiatori leisure sono multimodali



Blockchain

Solo il 2% degli oltre 600 progetti censiti a livello internazionale afferisce all'ambito Travel



Startup intelligence

Oltre 140 monitorate a partire dal 2016 in Italia



e oltre 30 Osservatori attivi su tutti i temi della Digital Innovation



Digital Transformation

Analizzare in modo trasversale i processi di Innovazione Digitale che stanno trasformando l'Italia

- Agenda Digitale
- Design Thinking for Business
- Digital Transformation Academy
- Startup Hi-tech
- Startup Intelligence



Digital Solutions

Studiare specifici ambiti applicativi e infrastrutturali relativi alle nuove tecnologie digitali

- Artificial Intelligence
- Big Data Analytics & Business Intelligence
- Blockchain & Distributed Ledger
- Cloud Transformation
- eCommerce B2C
- Fatturazione Elettronica & eCommerce B2B
- Information Security & Privacy
- Internet of Things
- Mobile B2C Strategy
- Mobile Payment & Commerce
- Multicanalità
- Omnichannel Customer Experience
- Smart Working



Verticals

Analizzare l'Innovazione Digitale in specifici settori o processi

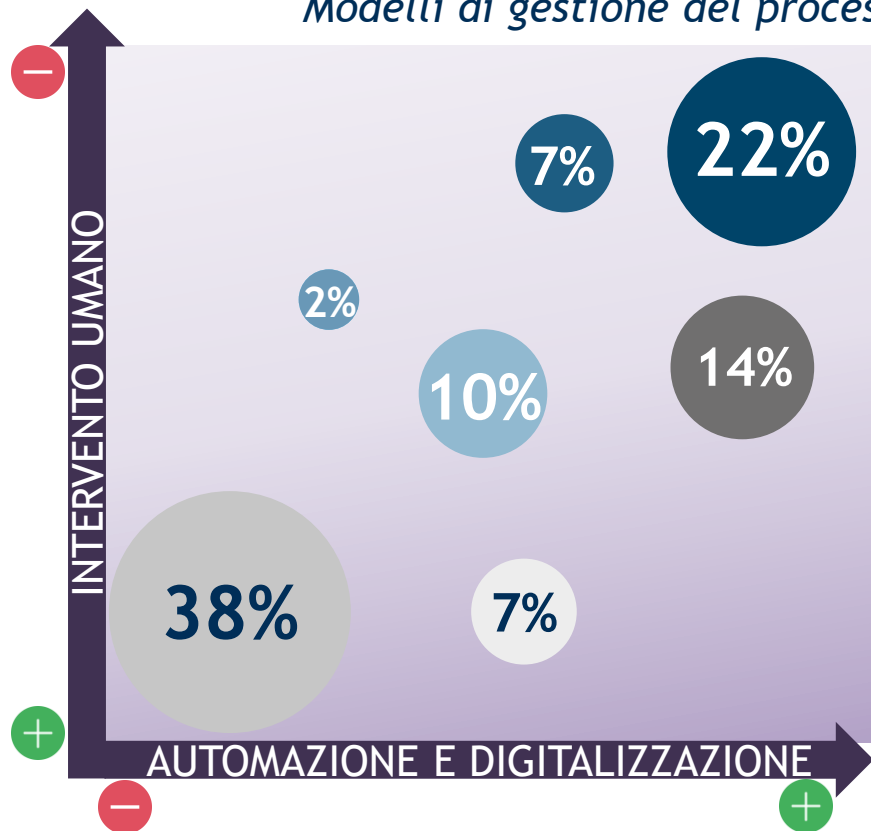
- Contract Logistics "Gino Marchet"
- Export Digitale
- Fintech & Insurtech
- Food Sustainability
- Gioco Online
- HR Innovation Practice
- Industria 4.0
- Innovazione Digitale nei Beni e Attività Culturali
- Innovazione Digitale in Sanità
- Innovazione Digitale nel Retail
- Innovazione Digitale nel Turismo
- Internet Media
- Kids & Toys
- Professionisti e Innovazione Digitale
- Smart Agrifood
- Supply Chain Finance



ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA

L'Osservatorio Business Travel nasce nel 2019 dalla partnership tra **Politecnico di Milano** e **Università di Bologna** e si pone come il punto di riferimento in Italia, e progressivamente in Europa, **per coloro che si occupano di business travel**, offrendo analisi, momenti di networking e confronto e occasioni di comunicazione.

Modelli di gestione del processo di booking nelle aziende italiane



Aziende che consentono ai dipendenti di prenotare da soli (SBT/siti consumer)

Aziende che utilizzano un tool digitale per contattare l'agente (OB)

Aziende che utilizzano esclusivamente mail o telefono per contattare l'agente

Contatto mail/tel + OB

Contatto mail/tel + SBT/siti consumer

Contatto mail/tel + OB + SBT/siti consumer

OB + SBT/siti consumer

Base: 169 aziende italiane



POLITECNICO
MILANO 1863
SCHOOL OF MANAGEMENT



L'Osservatorio Innovazione Digitale nel Turismo

Assemblea Nazionale FTO - 2 luglio 2019