

# I SISTEMI DI DISTRIBUZIONE DEL TURISMO

UNIVERSITA'  
DEGLI STUDI DI  
TOR VERGATA



## I SISTEMI DI DISTRIBUZIONE DEL TURISMO

Ing. Ferdinando Dandini de Sylva

# I SISTEMI DI DISTRIBUZIONE DEL TURISMO



## ▶ INDICE DEGLI ARGOMENTI

- ▶ **La catena di distribuzione e le esigenze del mercato**
- ▶ **Le caratteristiche peculiari del “prodotto turistico”**
- ▶ **L’evoluzione della distribuzione**
- ▶ **I Computer Reservation System**
- ▶ **Il modello economico della filiera del turismo**
- ▶ **La concorrenza tra GDS e la crisi delle aerolinee: impatto sugli economics della filiera**
- ▶ **Lo YIELD ed il Revenue Management**
- ▶ **Internet: nuova catena di distribuzione?**

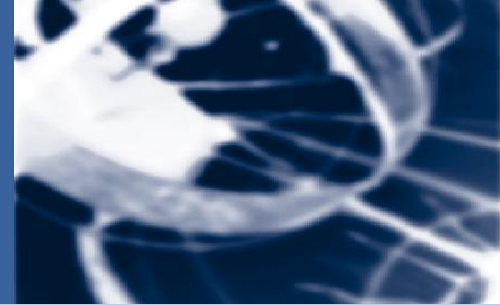
# I SISTEMI DI DISTRIBUZIONE DEL TURISMO



## ▶ INDICE DEGLI ARGOMENTI DI APPROFONDIMENTO

- ▶ **Il Business Travel**
- ▶ **I Data Base**
- ▶ **Il CRM: cos'è, quali implicazioni organizzative comporta, l'impatto dello sviluppo tecnologico**

# I SISTEMI DI DISTRIBUZIONE DEL TURISMO



## ▶ Il "Prodotto Turismo"

**E' costituito dall'insieme di servizi, fattori di attrattività e beni di consumo che consentono di soddisfare le motivazioni, le esigenze e le aspettative del consumatore turista**

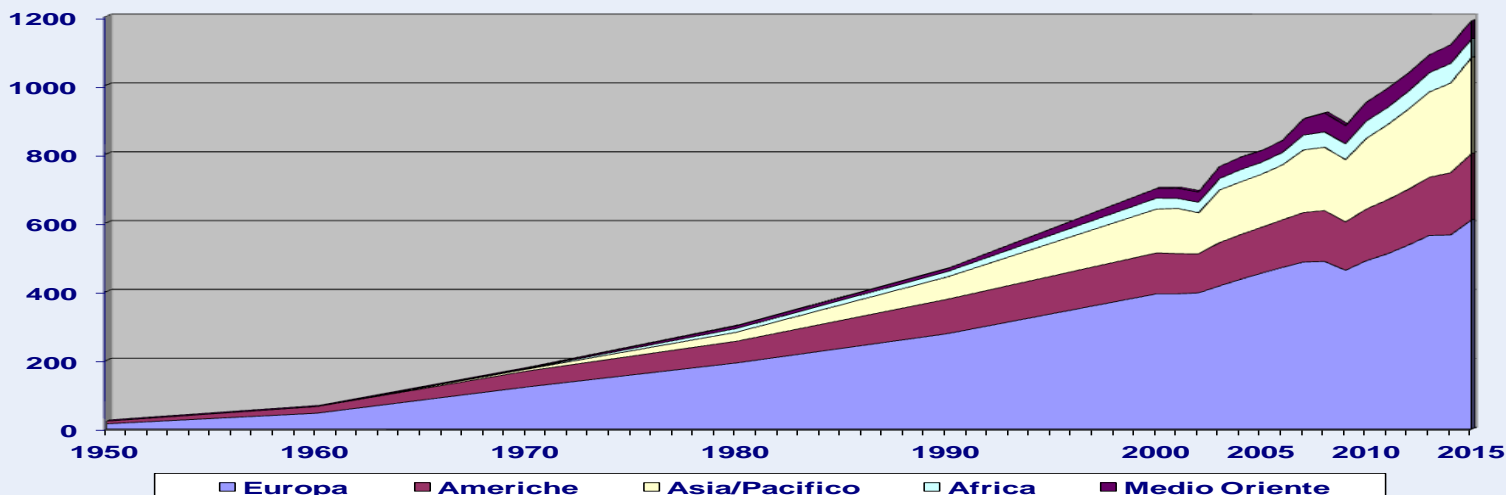
# I SISTEMI DI DISTRIBUZIONE DEL TURISMO



## L'industria dei viaggi

L'industria dei viaggi è una delle più importanti generatrici di sviluppo economico a livello mondiale

- ✓ Negli ultimi 60 anni, a meno di due momenti particolari, ha avuto una crescita quasi continua mai inferiore al 3% annuo



# I SISTEMI DI DISTRIBUZIONE DEL TURISMO



## L'industria dei viaggi

### DIRECT Travel & Tourism contribution

#### COMMODITIES

- Accomodation
- Transport
- Entertainment
- Attractions

#### INDUSTRIES

- Commodities related Services
- Retail
- Cultural & Sports Services

#### SOURCE OF SPENDING

- Resident domestic T&T
- Visitors Export

### INDIRECT Travel & Tourism contribution

- T&T Investments
- Purchases from Suppliers

### INDUCED Travel & Tourism contribution

- Spending from direct and indirect employees

(WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL)

# I SISTEMI DI DISTRIBUZIONE DEL TURISMO



## L'industria dei viaggi

L'industria dei viaggi è una delle più importanti generatrici di sviluppo economico a livello mondiale

Nel 2015:

- ✓ il fatturato diretto, indiretto ed indotto del Turismo ha rappresentato circa il 10,2% del PIL mondiale
- ✓ il fatturato diretto del Turismo ha rappresentato circa il 4,2% del PIL mondiale

(UNTWO Tourism Highlights 2016)

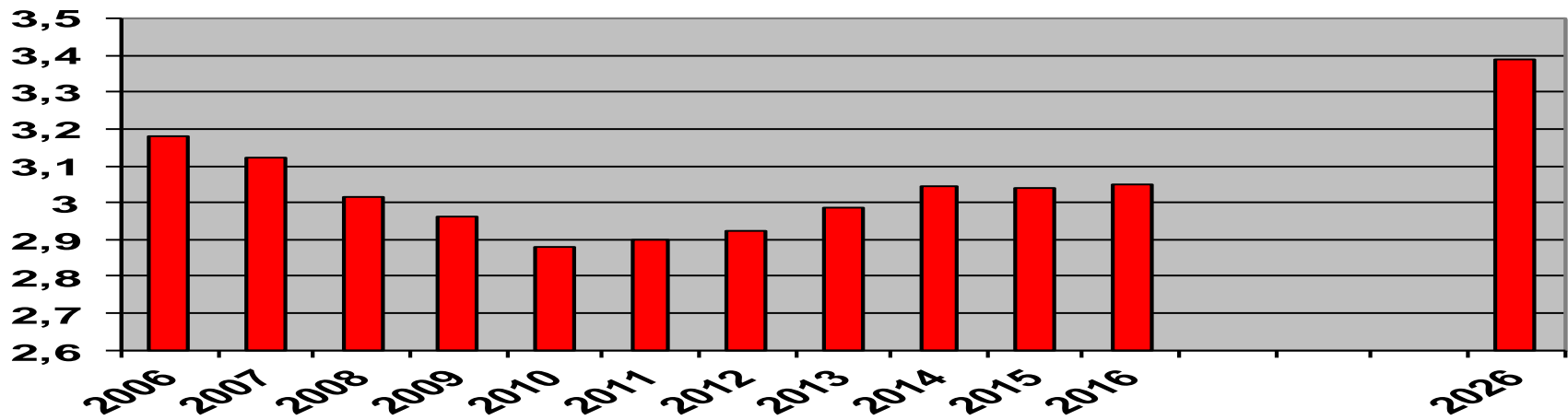
# I SISTEMI DI DISTRIBUZIONE DEL TURISMO



## L'industria dei viaggi

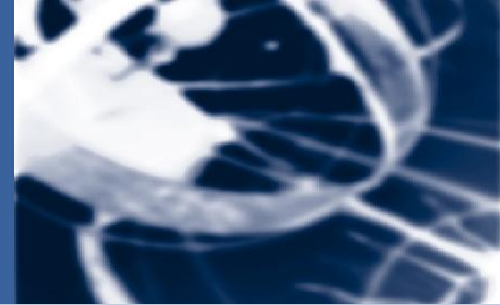
L'industria dei viaggi è una delle più importanti generatrici di sviluppo economico a livello mondiale

### CONTRIBUTO DIRETTO DEL T&T AL PIL GLOBALE (Mld US\$ 2014 costanti)





# I SISTEMI DI DISTRIBUZIONE DEL TURISMO



## L'industria dei viaggi

L'industria dei viaggi è una delle più importanti generatrici di sviluppo economico a livello mondiale

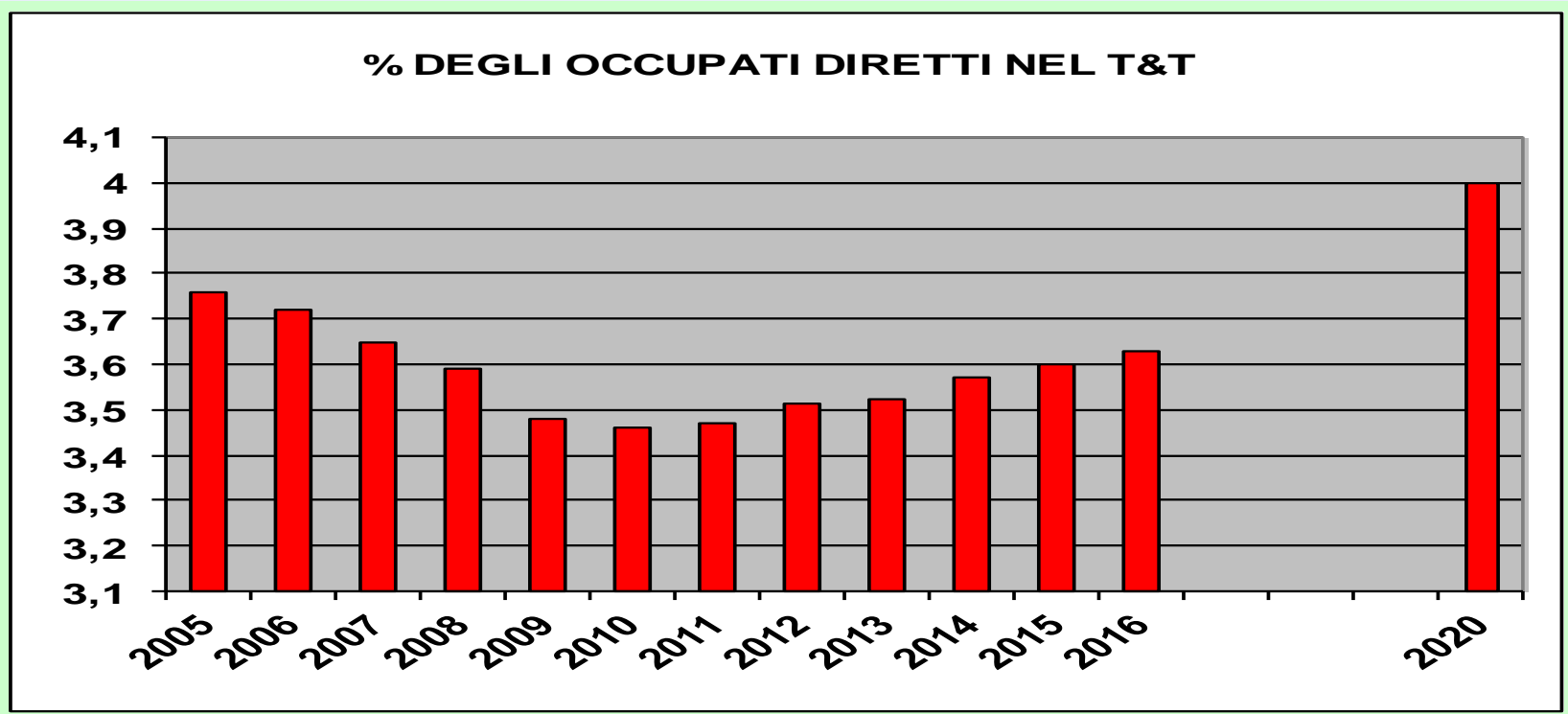
- Ogni 11 occupati al mondo 1 è impegnato direttamente o indirettamente nel T&T
- La percentuale mondiale degli occupati diretti nel T&T raggiunge del 2015 il 3,6% degli occupati mondiali
- Gli occupati diretti nel T&T sono in continua crescita dal 2010 ed è previsto che nel 2020 raggiungano il 4% degli occupati totali

# I SISTEMI DI DISTRIBUZIONE DEL TURISMO



## L'industria dei viaggi

L'industria dei viaggi è una delle più importanti generatrici di sviluppo economico a livello mondiale



# I SISTEMI DI DISTRIBUZIONE DEL TURISMO



## L'industria dei viaggi

**Nonostante gli ostacoli, malgrado le difficoltà ed i rischi, i consumatori non rinunciano a viaggiare**

**“La prova migliore a dimostrazione che il viaggio nel tempo non è possibile, e mai lo sarà, è il fatto che non siamo ancora invasi da orde di turisti provenienti dal futuro”**

**Stephen Hawking (“A brief history of time”)**

# I SISTEMI DI DISTRIBUZIONE DEL TURISMO



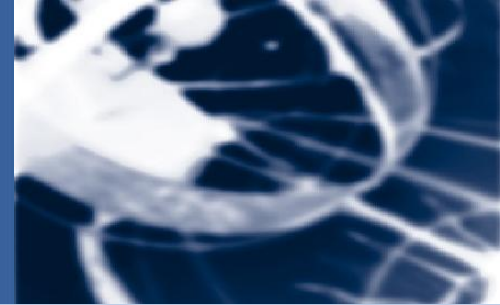
## L'industria dei viaggi

### L'industria dei viaggi in Italia:

- ✓ **Rappresenta una delle principali fonti di reddito**
- ✓ **Genera un fatturato intorno ai 186 miliardi di Euro (10,2% del PIL)**
- ✓ **Dà lavoro nei periodi di punta ad oltre 2,6 milioni di addetti**
- ✓ **Coinvolge 300 mila imprese per lo più piccole e medio-piccole**
- ✓ **Nel 2015 ha generato 13,5 miliardi di Euro di saldo attivo nella bilancia commerciale**

(WORLD TRAVEL & TOURISM – THE ECONOMIC IMPACT OF TRAVEL & TOURISM 2014  
Ed OSSERVATORIO BANCA D'ITALIA)

# I SISTEMI DI DISTRIBUZIONE DEL TURISMO



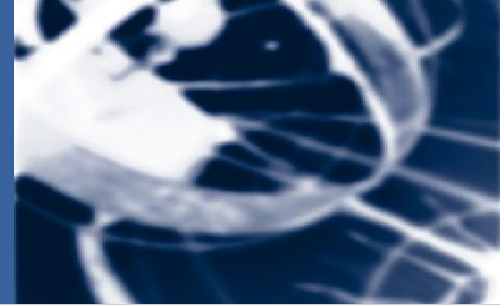
## L'industria dei viaggi

### L'industria dei viaggi in Italia:

- ✓ E' l'industria con il più basso rapporto tra capitale investito ed occupazione generata:  
1 M\$ investito nel T&T genera mediamente 50 posti di lavoro, il doppio dei settori Finanza, Comunicazioni e dell'Industria automobilistica
- ✓ In un periodo di crescita della disoccupazione generale, tra il 2010 ed il 2016, gli occupati nel turismo sono cresciuti del 11,9%

(WORLD TRAVEL & TOURISM – THE ECONOMIC IMPACT OF TRAVEL & TOURISM 2016)

# I SISTEMI DI DISTRIBUZIONE DEL TURISMO

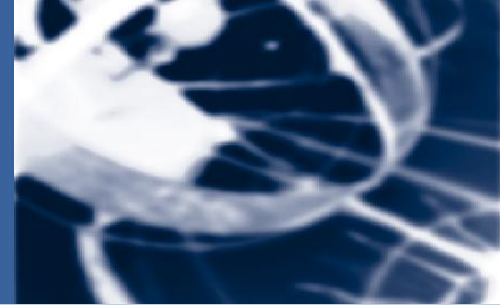


## I Sistemi di distribuzione

Sono sistemi i cui diversi attori interagiscono allo scopo di raggiungere i rispettivi obiettivi, mediante la facilitazione dell'accesso al prodotto da distribuire, da parte del cliente target,

Attraverso un sistema di negoziazione, ogni attore del canale si affida al successivo per raggiungere il cliente finale

# I SISTEMI DI DISTRIBUZIONE DEL TURISMO



## La catena di distribuzione

### Gli attori della filiera del turismo:

- ✓ Fornitori di servizi elementari di:
  - Ospitalità
    - Alberghi
    - Pensioni
    - Agriturismo
    - College
  - Mobilità di gruppo
    - Aerolinee
    - Ferrovie
    - Compagnie di navigazione
    - Autolinee
  - Mobilità per singoli
    - Autonoleggi
    - Boat charter

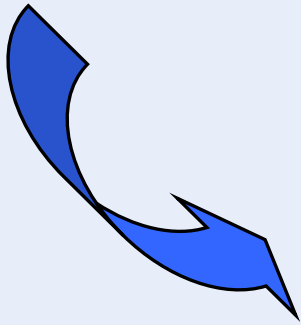
# I SISTEMI DI DISTRIBUZIONE DEL TURISMO



## ▶ La catena di distribuzione

### Gli attori della filiera del turismo:

- ✓ Fornitori di servizi elementari



VALORE AGGIUNTO:



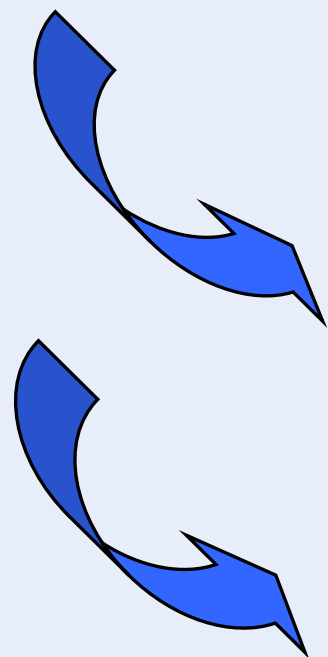
# I SISTEMI DI DISTRIBUZIONE DEL TURISMO



## La catena di distribuzione

### Gli attori della filiera del turismo:

- ✓ Fornitori di servizi elementari



#### VALORE AGGIUNTO:

“trasformano” i fabbricati, gli aerei, i treni, le navi in disponibilità di prodotti di ospitalità, mobilità e di “appealing”

#### INDICATORE DI EFFICACIA:

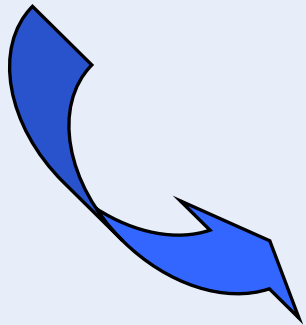
# I SISTEMI DI DISTRIBUZIONE DEL TURISMO



► La catena di distribuzione

## I Fornitori di Servizi Elementari:

Per predisporre i servizi offerti i Fornitori sono costretti a supportare i propri costi in anticipo e per il totale dei servizi posti in vendita, anche se non ne venderanno tutti



- Per una linea aerea, cambierà il costo del volo Roma-Parigi se a bordo dell'aereo ci saranno meno passeggeri?
- Per un albergo, cambierà il costo di una stanza se ci saranno solo pochi ospiti?

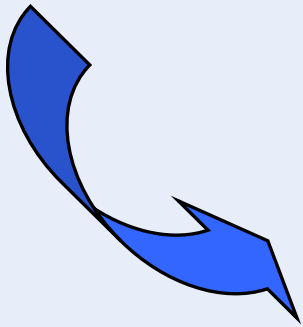
# I SISTEMI DI DISTRIBUZIONE DEL TURISMO



▶ La catena di distribuzione

## I Fornitori di Servizi Elementari:

Per predisporre i servizi offerti i Fornitori sono costretti a supportare i propri costi in anticipo e per il totale dei servizi posti in vendita, anche se non ne venderanno tutti



INDICATORE DI EFFICACIA:

Coefficiente di Riempimento

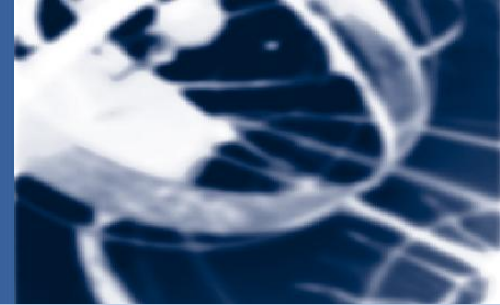
# I SISTEMI DI DISTRIBUZIONE DEL TURISMO



## ▶ La catena di distribuzione

$$\frac{\text{Servizi Venduti}}{\text{Servizi Predisposti}} = \text{Coefficiente di Riempimento}$$

# I SISTEMI DI DISTRIBUZIONE DEL TURISMO



## La catena di distribuzione

### Gli attori della filiera del turismo:

- ✓ Fornitori di servizi “accessori”:
  - Governo
  - Regioni
  - Province
  - Comuni

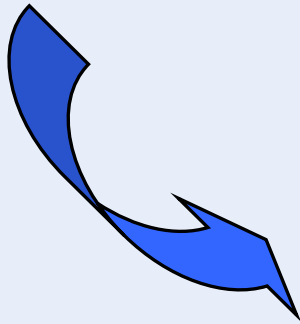
# I SISTEMI DI DISTRIBUZIONE DEL TURISMO



## ▶ La catena di distribuzione

### Gli attori della filiera del turismo:

- ✓ Fornitori di servizi accessori



VALORE AGGIUNTO:

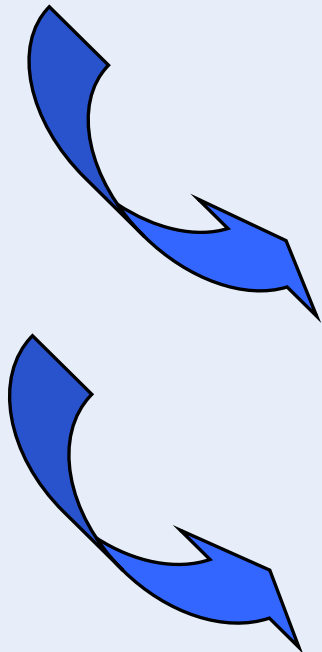
# I SISTEMI DI DISTRIBUZIONE DEL TURISMO



## La catena di distribuzione

### Gli attori della filiera del turismo:

- ✓ Fornitori di servizi accessori



#### VALORE AGGIUNTO:

dare indirizzi strategici, supportare gli indirizzi con idonee leggi e con le necessarie infrastrutture

#### INDICATORE DI EFFICACIA:

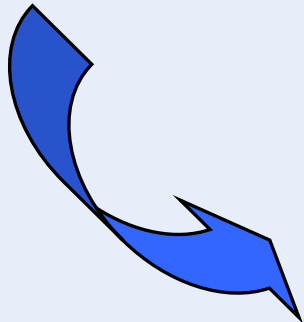
# I SISTEMI DI DISTRIBUZIONE DEL TURISMO



▶ La catena di distribuzione

## I Fornitori di Servizi Accessori:

Il loro scopo primario è (dovrebbe essere) il miglioramento delle condizioni di vita della popolazione



INDICATORE DI EFFICACIA:

Occupazione generata



# I SISTEMI DI DISTRIBUZIONE DEL TURISMO



## ▶ La catena di distribuzione

### Gli attori della filiera del turismo:

- ✓ Gli “Assemblatori”: Tour Operator

Assemblando insieme i prodotti messi a disposizione dai Fornitori di Servizio Elementari, offrono al mercato prodotti complessi inclusivi di mobilità ed ospitalità

I Tour Operator riescono a spuntare prezzi “particolari” dai Fornitori di Servizio Elementari, acquistando (contratti vuoto per pieno) o prenotando (contratti di allotment con o senza penale) in grande quantità e con notevole anticipo, riducendo il rischio imprenditoriale dei fornitori di servizi elementari

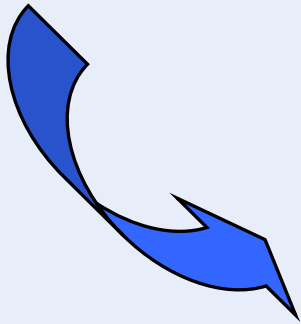
# I SISTEMI DI DISTRIBUZIONE DEL TURISMO



## La catena di distribuzione

### Gli attori della filiera del turismo:

- ✓ Gli “Assemblatori”: Tour Operator



VALORE AGGIUNTO:

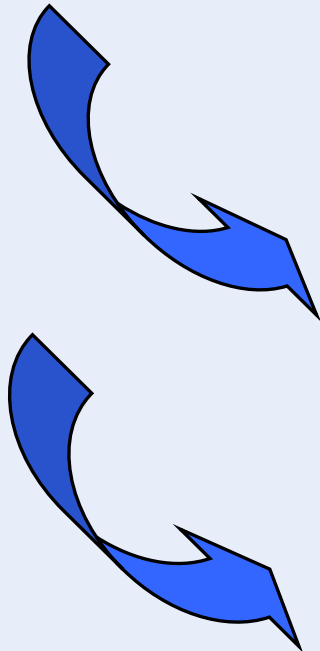
# I SISTEMI DI DISTRIBUZIONE DEL TURISMO



## La catena di distribuzione

### Gli attori della filiera del turismo:

- ✓ Gli “Assemblatori”: Tour Operator

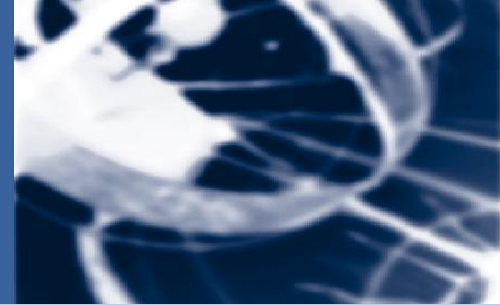


#### VALORE AGGIUNTO:

- si accollano una parte del rischio imprenditoriale dei fornitori di servizio elementari
- facilitano l'accesso del cliente finale ai servizi/destinazione

#### INDICATORE DI EFFICACIA:

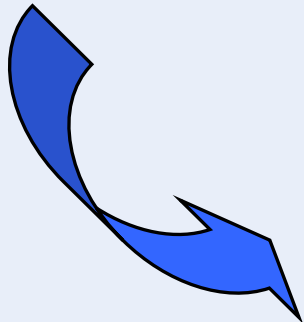
# I SISTEMI DI DISTRIBUZIONE DEL TURISMO



▶ La catena di distribuzione

## Gli assemblatori:

Accollandosi una parte del rischio imprenditoriale dei Fornitori di Servizi Elementari, anch'essi si "impegnano" in anticipo



INDICATORE DI EFFICACIA:

Coefficiente di riempimento

# I SISTEMI DI DISTRIBUZIONE DEL TURISMO

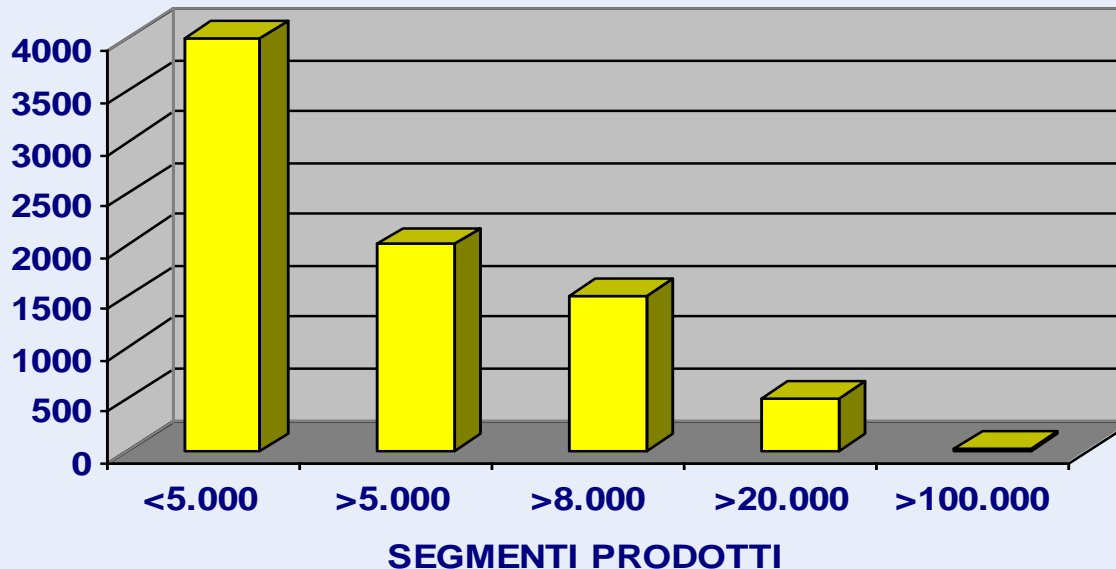


## La catena di distribuzione

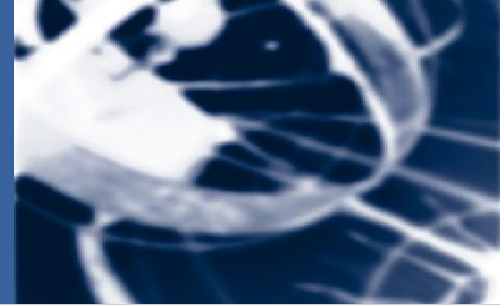
### Gli attori della filiera del turismo:

- ✓ La vetrina verso il Cliente: L'Agenzia di Viaggi

#### STRATIFICAZIONE AGENZIE DI VIAGGI ITALIANE



# I SISTEMI DI DISTRIBUZIONE DEL TURISMO

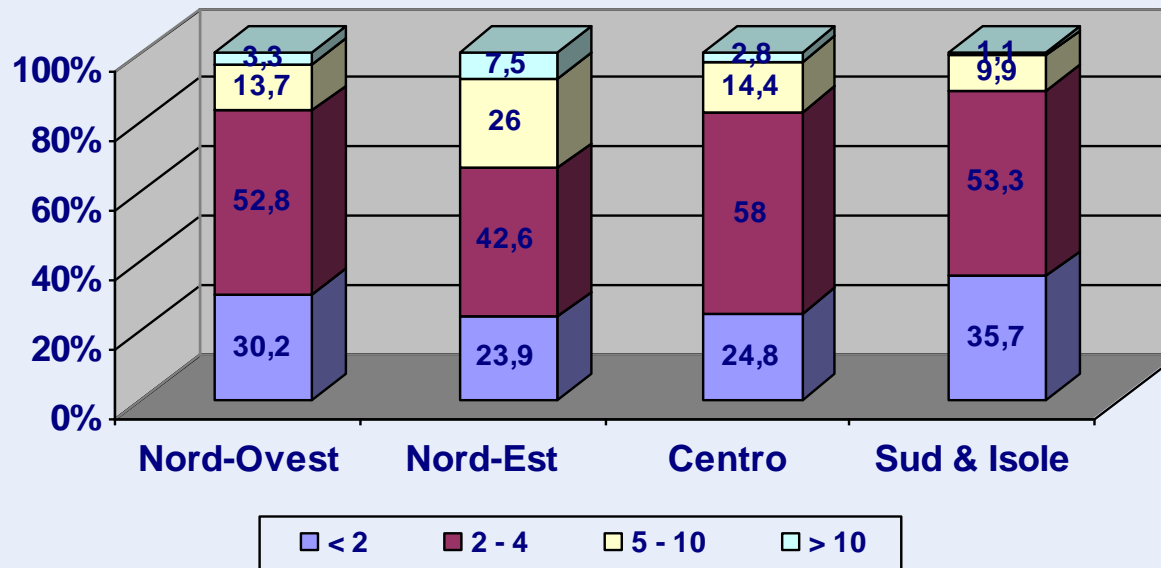


## La catena di distribuzione

### Gli attori della filiera del turismo:

- ✓ La vetrina verso il Cliente: L'Agenzia di Viaggi

BREAKDOWN DELLE AGENZIE DI VIAGGI ITALIANE  
PER NUMERO ADDETTI / REGIONE



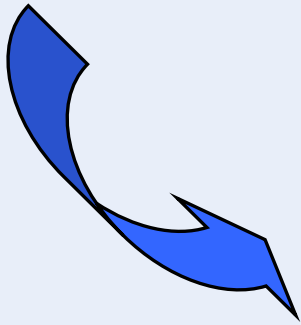
# I SISTEMI DI DISTRIBUZIONE DEL TURISMO



## ▶ La catena di distribuzione

### Gli attori della filiera del turismo:

- ✓ La vetrina verso il Cliente: L'Agenzia di Viaggi



VALORE AGGIUNTO:

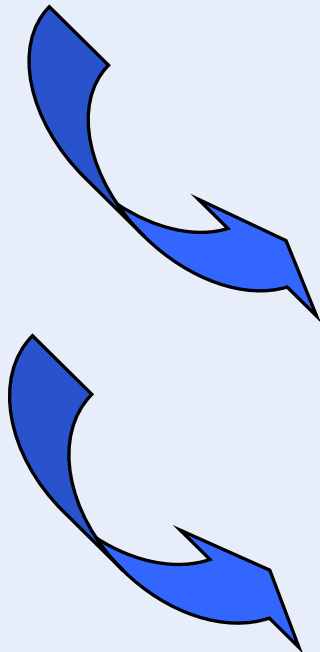
# I SISTEMI DI DISTRIBUZIONE DEL TURISMO



## La catena di distribuzione

### Gli attori della filiera del turismo:

- ✓ La vetrina verso il Cliente: L'Agenzia di Viaggi



#### VALORE AGGIUNTO:

- sollecitare o solleticare la scelta di destinazione del cliente;
- indirizzare volumi d'affari su destinazioni, mezzi di trasporto o tour operator di fiducia

#### INDICATORE DI EFFICACIA:



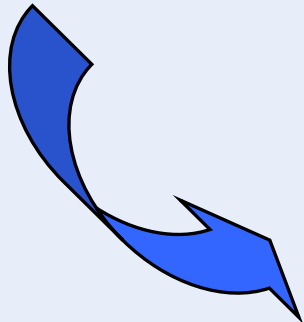
# I SISTEMI DI DISTRIBUZIONE DEL TURISMO



▶ La catena di distribuzione

## Le Agenzie di Viaggi:

Il maggior costo d'esercizio di un'Agenzie di Viaggi è quello del personale



INDICATORE DI EFFICACIA:

Fatturato per addetto

# I SISTEMI DI DISTRIBUZIONE DEL TURISMO



## La catena di distribuzione

### Gli attori della filiera del turismo:

#### ✓ I Network

La possibilità di avere un buon contratto di intermediazione dipende molto dai volumi di fatturato intermediati

Mettere insieme, quindi, il volume di intermediazione di più Agenzie di Viaggi per poter trattare da una posizione di maggior forza con i Fornitori è sicuramente conveniente

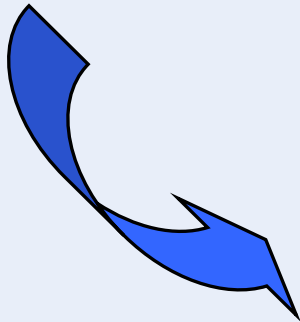
# I SISTEMI DI DISTRIBUZIONE DEL TURISMO



## La catena di distribuzione

### Gli attori della filiera del turismo:

- ✓ I Network



VALORE AGGIUNTO:

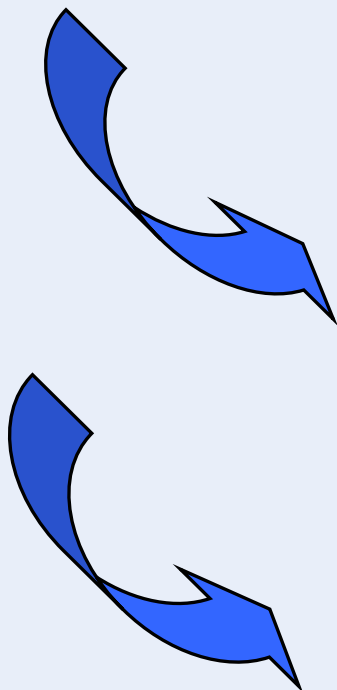
# I SISTEMI DI DISTRIBUZIONE DEL TURISMO



## La catena di distribuzione

### Gli attori della filiera del turismo:

✓ I Network



#### VALORE AGGIUNTO:

Rafforzare il potere contrattuale delle Agenzie di Viaggi nei confronti dei Fornitori di servizio elementari, degli Assemblatori e di tutti i fornitori in genere

#### INDICATORE DI EFFICACIA:

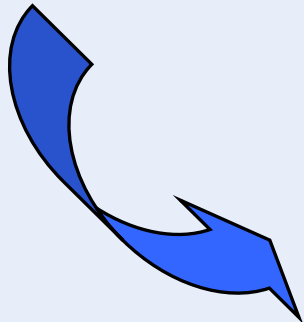
# I SISTEMI DI DISTRIBUZIONE DEL TURISMO



▶ La catena di distribuzione

## I Network d'Agenzie:

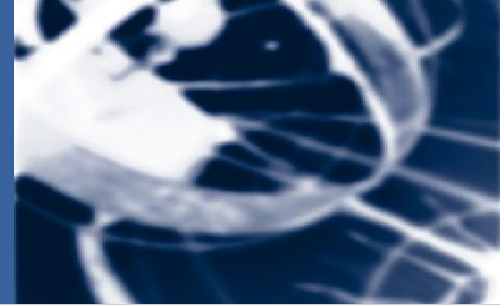
La possibilità di spuntare le migliori condizioni (provvigioni, tariffe, etc) per i propri associati è legata al volume di acquisti che riescono ad indirizzare sui fornitori scelti



### INDICATORE DI EFFICACIA:

- Numero di Agenzie partecipanti
- Fatturato “gestito”

# I SISTEMI DI DISTRIBUZIONE DEL TURISMO

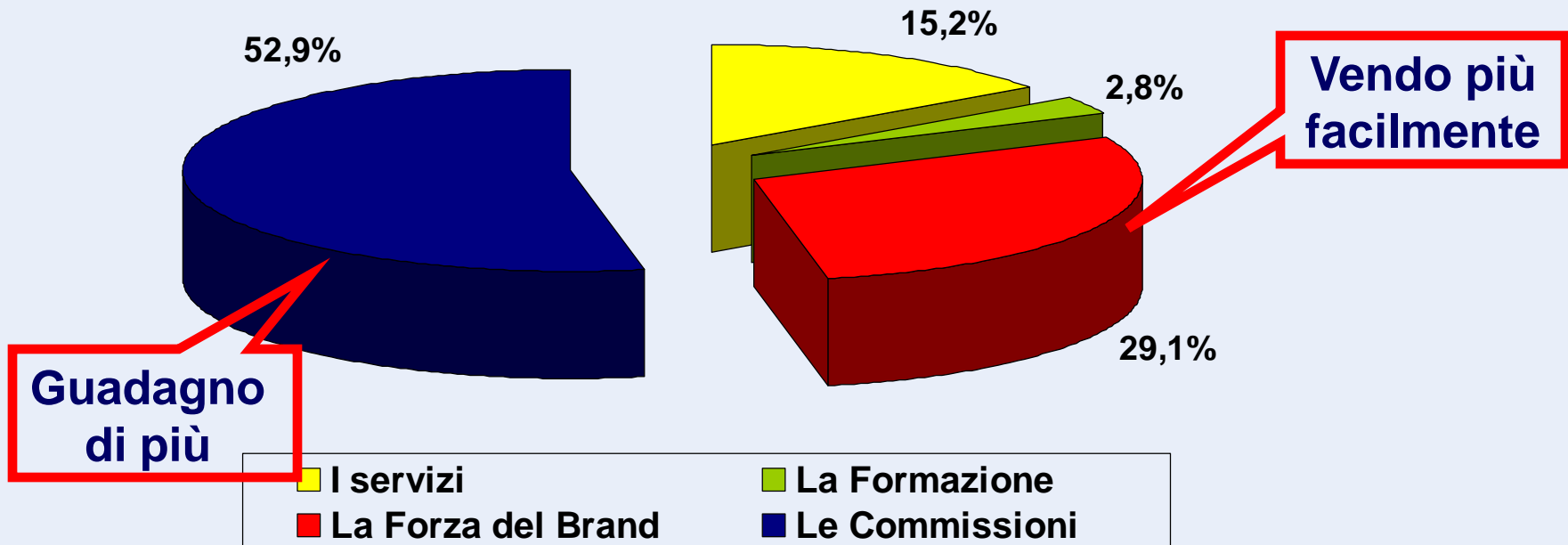


## La catena di distribuzione

### Gli attori della filiera del turismo:

- ✓ I Network : Qual è il motivo principale per affiliarsi ad un Network?

(Indagine TTG Dicembre 2008)



# I SISTEMI DI DISTRIBUZIONE DEL TURISMO

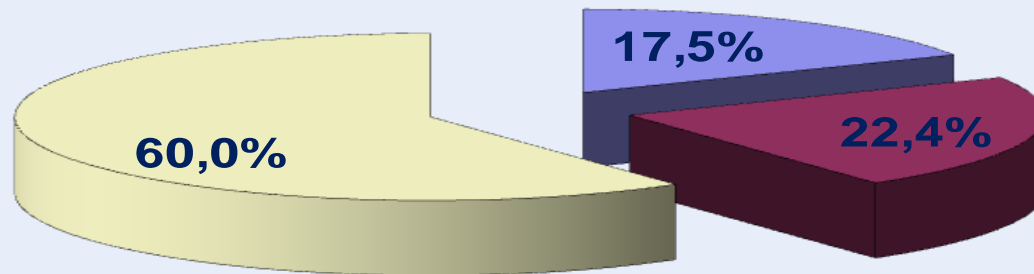


## La catena di distribuzione

### Gli attori della filiera del turismo:

- ✓ I Network :Fare parte di un Network aumenta i ricavi dell'agenzia?

(Indagine TTG Dicembre 2008)



■ No

■ Non faccio parte di Network

■ Si

# I SISTEMI DI DISTRIBUZIONE DEL TURISMO

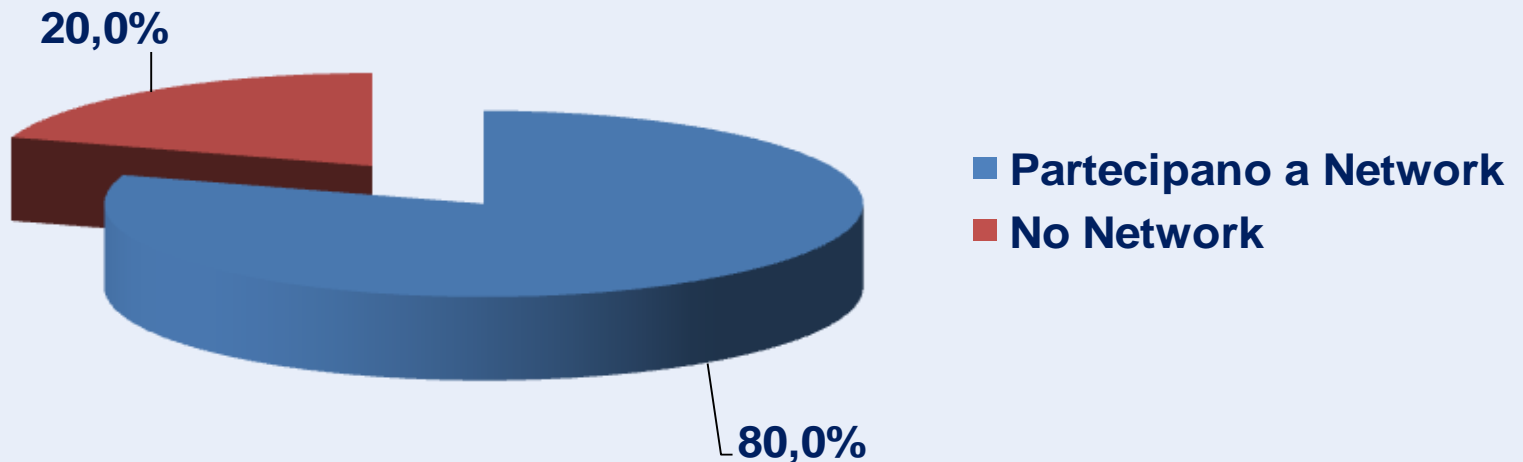


## La catena di distribuzione

### Gli attori della filiera del turismo:

- ✓ I Network

Le AdV sono così distribuite:





# I SISTEMI DI DISTRIBUZIONE DEL TURISMO



## ▶ La catena di distribuzione

### Gli attori della filiera del turismo:

#### ✓ Le Macroaggregazioni

**La crisi economica iniziata alla fine del primo decennio degli anni 2000, ha avuto un pesante impatto sulla filiera del turismo**

**I margini di contribuzione dei Fornitori di servizi elementari e dei TO si sono ridotti**

**Di conseguenza, anche la possibilità di spuntare “buoni contratti” da parte dei piccoli Network indipendenti si è ridotta e sono nate Macroaggregazioni di Network**

# I SISTEMI DI DISTRIBUZIONE DEL TURISMO



## La catena di distribuzione

### Gli attori della filiera del turismo:

#### ✓ Le Macroaggregazioni

**Sono Network di cospicue dimensioni (da 300 punti vendita in su) che erogano servizi sia ad agenzie direttamente affiliate, sia a reti di agenzie di piccole dimensioni**

**Il numero di Network indipendenti si è notevolmente ridotto: erano 121 nel 2010, 36 nel 2013 ed oggi solo 22**

# I SISTEMI DI DISTRIBUZIONE DEL TURISMO



## La catena di distribuzione

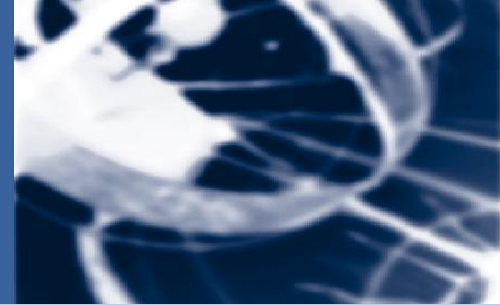
### Gli attori della filiera del turismo:

#### ✓ Le Macroaggregazioni

Sono 8 le Macroaggregazioni operanti in Italia ed affiliato, direttamente o indirettamente più di 6.500 Agenzie (85% delle agenzie che non operano in autonomia)

•Geo Travel Network	1.400	•Gattinoni	820
•UVET & Last minute Tour	1.300	•Open Travel Network	500
•Welcome Travel Group	1.000	•Blu Vacanze & Cisalpina	650
•Marsupio Group 600	600	•Robintur Travel Network	300

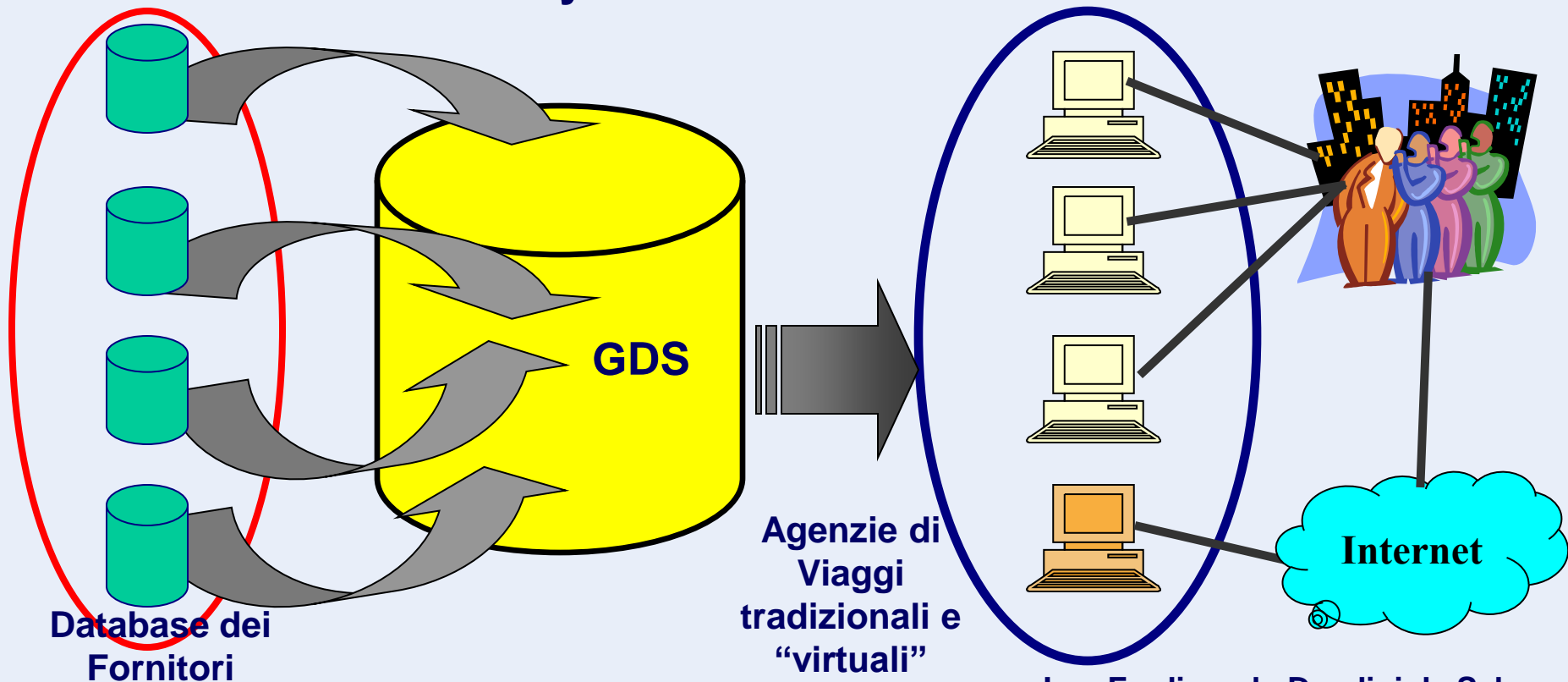
# I SISTEMI DI DISTRIBUZIONE DEL TURISMO



## La catena di distribuzione

### Gli attori della filiera del turismo:

- ✓ Fornitori di “Inventory” e di Sistemi Informatici : I GDS



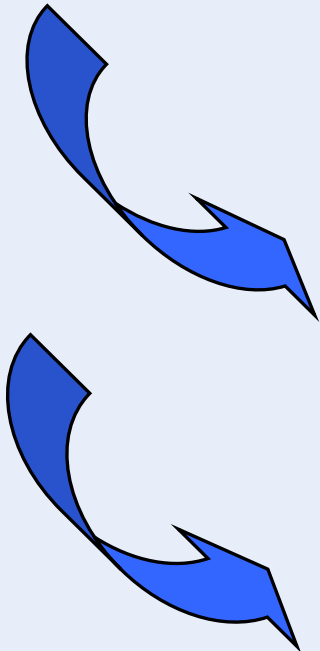
# I SISTEMI DI DISTRIBUZIONE DEL TURISMO



## La catena di distribuzione

### Gli attori della filiera del turismo:

- ✓ Fornitori di “Inventory” e di Sistemi Informatici : I GDS



#### VALORE AGGIUNTO:

- intermediario principe dei servizi di viaggio
- strumento di lavoro indispensabile per l'operatività delle agenzie di viaggi

#### INDICATORE DI EFFICACIA:

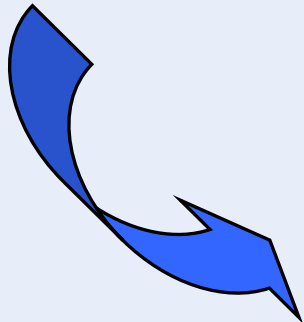
# I SISTEMI DI DISTRIBUZIONE DEL TURISMO



▶ La catena di distribuzione

## I GDS:

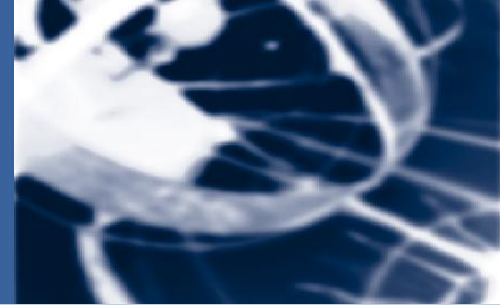
Per poter operare i GDS necessitano di ingenti investimenti in sviluppo, Hardware e Software, quasi indipendenti dal numero di agenzie collegate e dal numero delle prenotazioni intercettate



### INDICATORE DI EFFICACIA:

- Numero di Agenzie collegate
- Numero di prenotazioni gestite

# I SISTEMI DI DISTRIBUZIONE DEL TURISMO



## ▶ La catena di distribuzione

### I nuovi attori della filiera del turismo:

- ✓ Negli ultimi anni, grazie allo sviluppo della tecnologia si sono aggiunti nuovi “attori” che operano su internet:

# I SISTEMI DI DISTRIBUZIONE DEL TURISMO



▶ La catena di distribuzione

I nuovi attori della filiera del turismo:

i PORTALI DI HOTEL (booking, trivago, venere, etc)

Operano come motore di ricerca specifico per gli alberghi, permettono di effettuare ricerche specifiche e prenotazioni online

Il Data base delle disponibilità è il risultato di accordi conclusi direttamente tra il Portale e gli albergatori e non dall'accesso ai canali tradizionali (GDS – CRS)



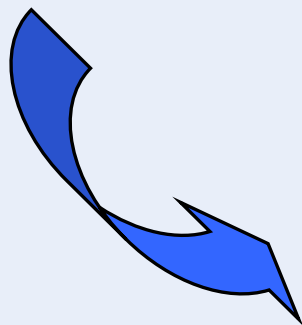
# I SISTEMI DI DISTRIBUZIONE DEL TURISMO



## La catena di distribuzione

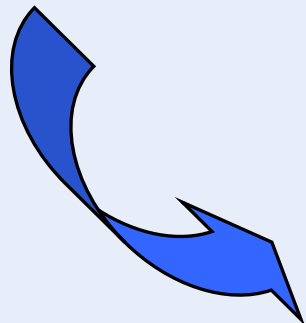
### Gli attori della filiera del turismo:

#### ✓ I PORTALI DI HOTEL



#### VALORE AGGIUNTO:

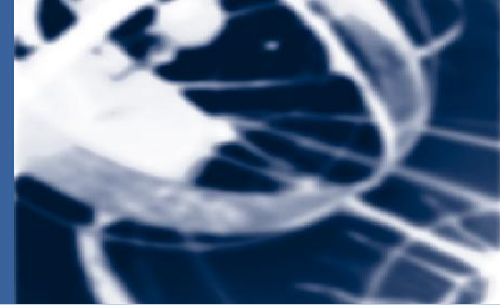
- Facilita l'accesso del cliente alla disponibilità
- Vetrina per l'albergatore



#### INDICATORE DI EFFICACIA:

- Volumi di prenotazioni/fatturato gestiti

# I SISTEMI DI DISTRIBUZIONE DEL TURISMO



▶ La catena di distribuzione

I nuovi attori della filiera del turismo:

Le On Line Travel Agency – OLTA

(Expedia, Travelocity, Opodo, Priceline, Orbitz, etc)

Operando come Agenzie di Viaggi, sostituiscono il banconista con un motore di ricerca specifico per voli, alberghi e pacchetti e permettono di effettuare ricerche specifiche ed acquisti online

# I SISTEMI DI DISTRIBUZIONE DEL TURISMO



▶ La catena di distribuzione

I nuovi attori della filiera del turismo:

Le On Line Travel Agency – OLTA

(Expedia, Travelocity, Opodo, Priceline, Orbitz, etc)

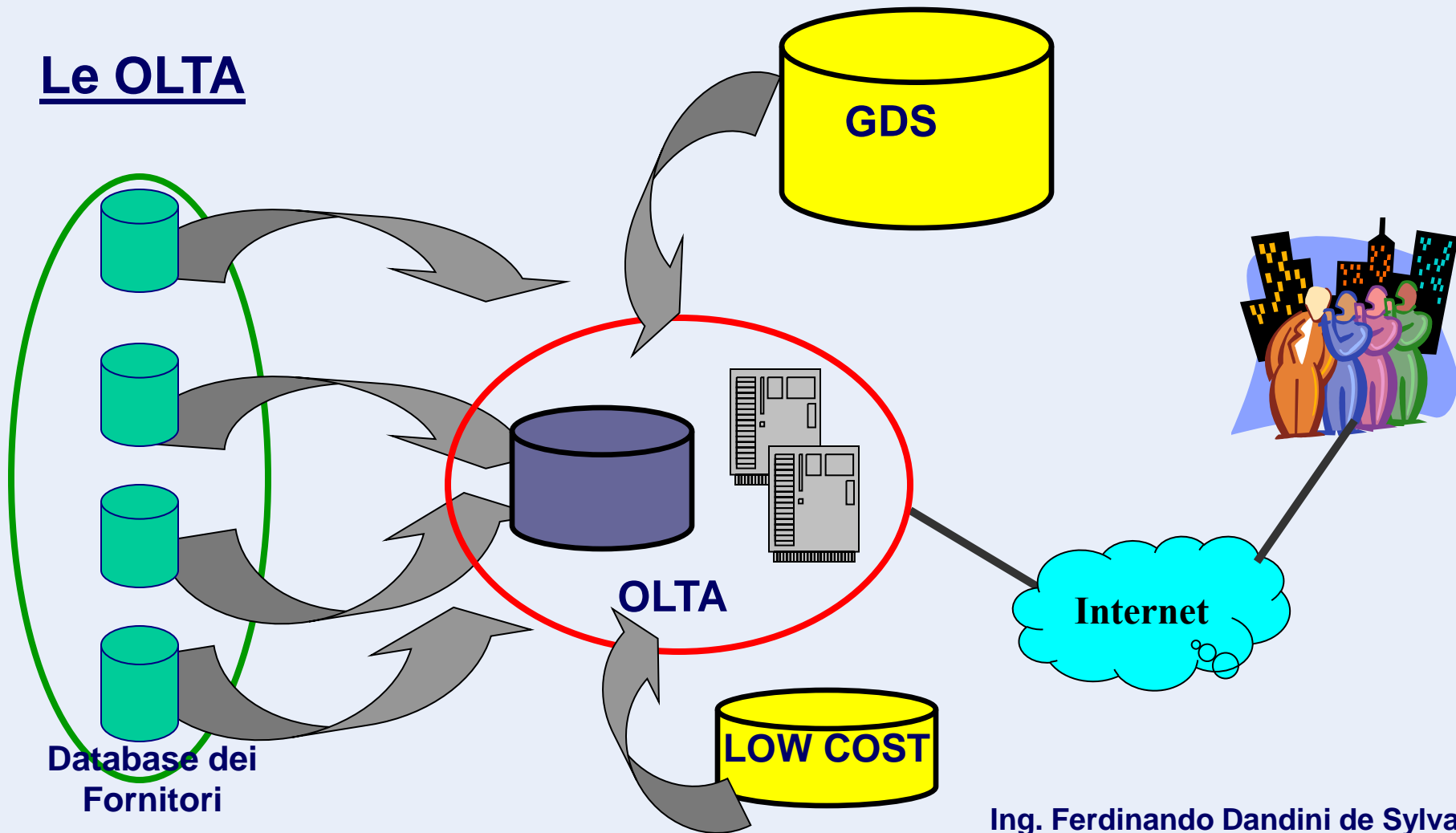
**Il Data base delle disponibilità, come per le Agenzie di Viaggi tradizionali, è il risultato di accordi conclusi direttamente con i TO e gli albergatori e, per i voli, dall'accesso ai canali tradizionali (GDS)**

# I SISTEMI DI DISTRIBUZIONE DEL TURISMO



## La catena di distribuzione

### Le OLTA



# I SISTEMI DI DISTRIBUZIONE DEL TURISMO



## La catena di distribuzione

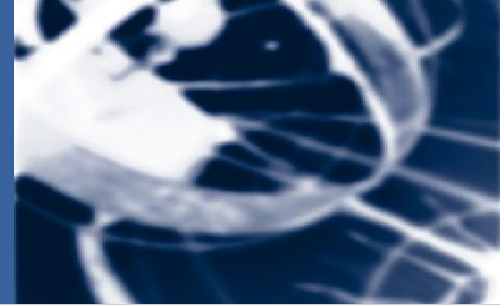
### Gli attori della filiera del turismo:

#### ✓ I METACOMPARATORI

(Trivago, Kayak, Google Hotel Finder, etc)

Sono motori di ricerca che non operano su un proprio Data Base, ma trasformano la singola richiesta dell'utente in diverse richieste ad altri motori di ricerca , aggregando i vari risultati in un'unica lista che ottimizza le risposte in funzione di un parametro scelto (prezzo)

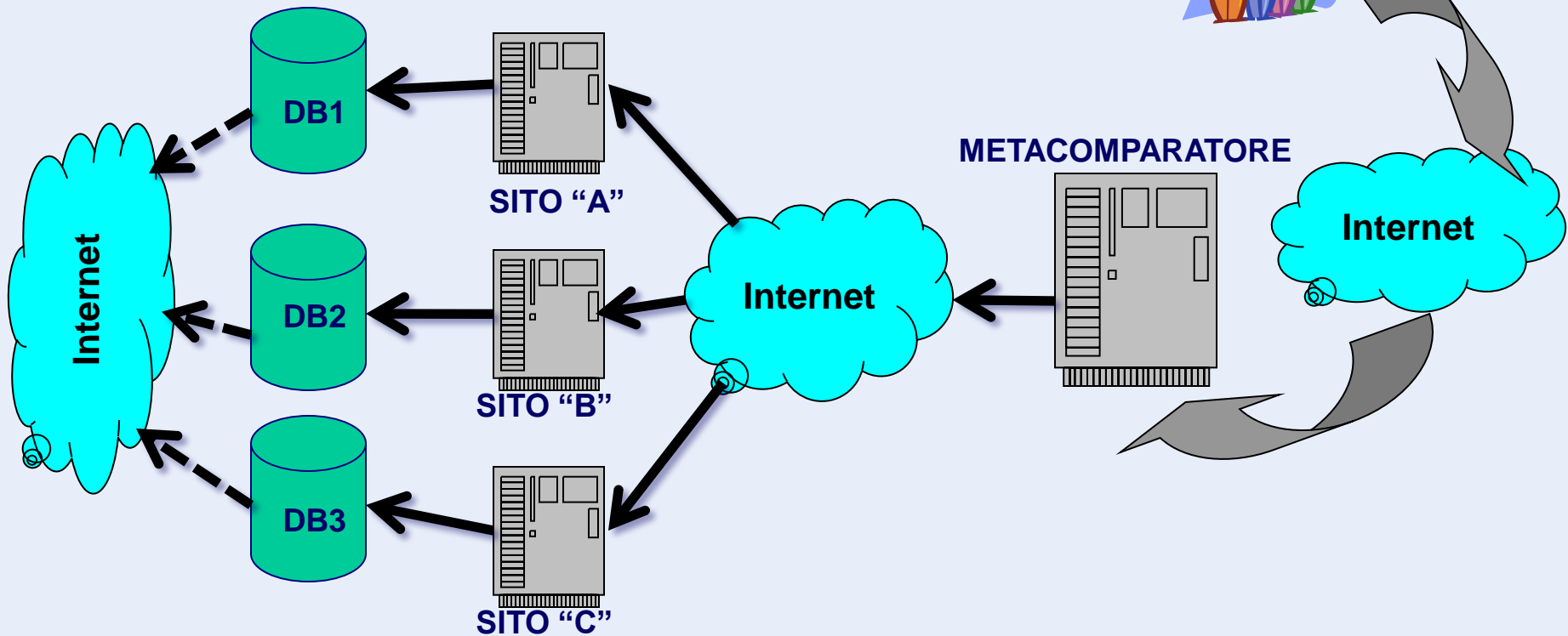
# I SISTEMI DI DISTRIBUZIONE DEL TURISMO



## La catena di distribuzione

### I nuovi attori della filiera del turismo:

#### ✓ I METACOMPARATORI



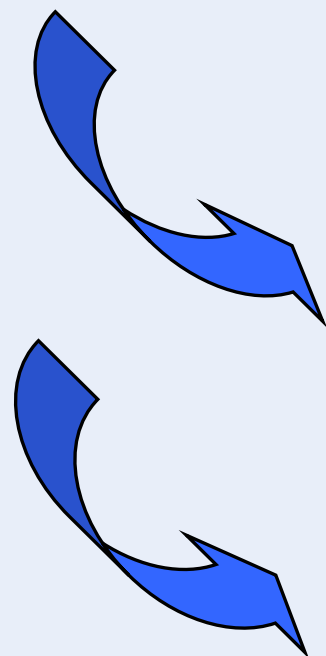
# I SISTEMI DI DISTRIBUZIONE DEL TURISMO



## La catena di distribuzione

### I nuovi attori della filiera del turismo:

#### ✓ I METACOMPARATORI



#### VALORE AGGIUNTO:

- Facilitano l'accesso del cliente finale al prodotto
- Permettono una maggiore diffusione delle informazioni del mercato dell'offerta

#### INDICATORE DI EFFICACIA:

- Volumi di prenotazioni/fatturato gestiti

# I SISTEMI DI DISTRIBUZIONE DEL TURISMO



## La catena di distribuzione

### I nuovi attori della filiera del turismo:

#### ✓ I METACOMPARATORI

Sono diventati così importanti sul mercato B2C che, a causa dell'assottigliamento del traffico spontaneo diretto ai propri siti e dei conseguenti problemi di revenue, le maggiori OLTA hanno iniziato ad acquistare siti di Metacomparatori:

**Expedia ha acquistato Trivago**

**Priceline ha acquistato Kajak**



# I SISTEMI DI DISTRIBUZIONE DEL TURISMO



## La catena di distribuzione

### I nuovi attori della filiera del turismo:

#### ✓ L'e-PASSAPAROLA

Oggi turismo e web sono in simbiosi: sempre più i viaggi nascono da un input ricevuto dalla rete, che sia un'immagine su un travel blog o su facebook, che sia il commento di un amico entusiasta di una vacanza, che sia un check su Tripadvisor

Tripadvisor è sempre più la prima fonte di informazioni prima e durante il proprio viaggio, tanto che si sta evolvendo, offrendo non solo recensioni, ma anche possibilità di booking (Metacomparatore)

# I SISTEMI DI DISTRIBUZIONE DEL TURISMO



## ▶ La catena di distribuzione

**E' una organizzazione complessa caratterizzata da:**

- ✓ **Una pluralità di soggetti e attività**
- ✓ **Con relazioni interattive a tutti i livelli**
- ✓ **I soggetti coinvolti presentano autonomia decisionale**
- ✓ **Le decisioni/azioni di uno impattano sull'attività di tutti**

# I SISTEMI DI DISTRIBUZIONE DEL TURISMO



## ▶ La catena di distribuzione

### LE ESIGENZE DEGLI “ATTORI”

- ✓ **Remunerazione della propria attività/capitale investito**
- ✓ **Alimentare lo sviluppo del Mercato**
- ✓ **Presidiare il Cliente finale “finanziatore” del processo**

# I SISTEMI DI DISTRIBUZIONE DEL TURISMO



## Il Mercato

### IL DESIDERIO DI VIAGGIO E' INSITO NELLA NATURA DELL'UOMO

La sensibile crescita del settore è conseguenza di:

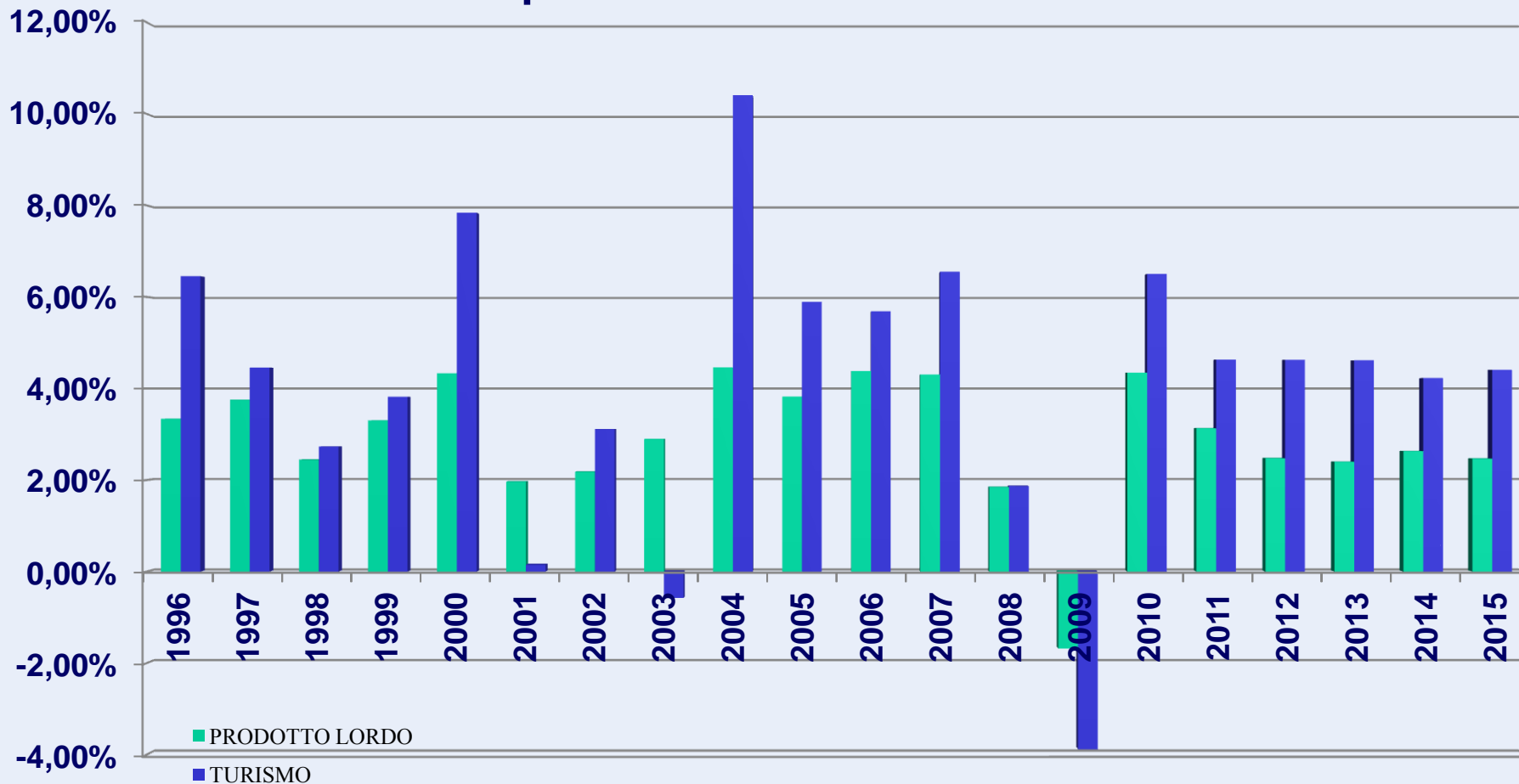
- ✓ I progressi dell'industria della mobilità e la liberalizzazione del mercato delle aerolinee
- ✓ L'innalzamento del tenore di vita medio nelle nazioni più industrializzate
- ✓ I progressi dell'industria delle comunicazioni

# I SISTEMI DI DISTRIBUZIONE DEL TURISMO



## Il Mercato

✓ Il Turismo cresce più del PIL



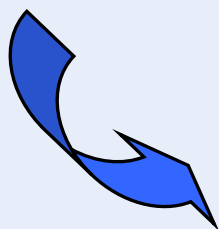
# I SISTEMI DI DISTRIBUZIONE DEL TURISMO



## Il Mercato

**Nell'ultimo decennio lo sviluppo tecnologico ha modificato il mercato:**

- ✓ **ha fornito un accesso sempre più facile alle informazioni**



**Il Cliente di Turismo è sempre più esperto**

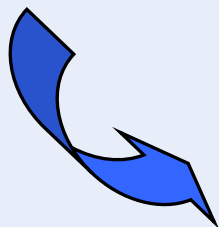
# I SISTEMI DI DISTRIBUZIONE DEL TURISMO



## Il Mercato

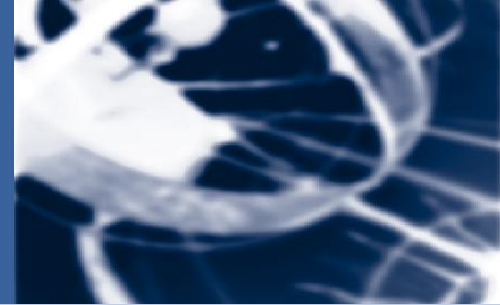
**Nell'ultimo decennio lo sviluppo tecnologico ha modificato il mercato:**

- ✓ **ha permesso ai produttori di raggiungere più facilmente e direttamente il cliente**



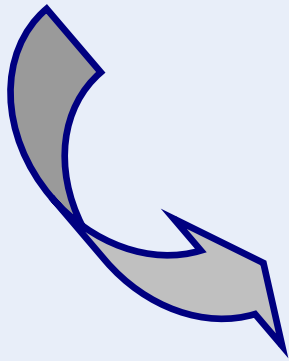
**La concorrenza è sempre più agguerrita**

# I SISTEMI DI DISTRIBUZIONE DEL TURISMO



## Il Mercato

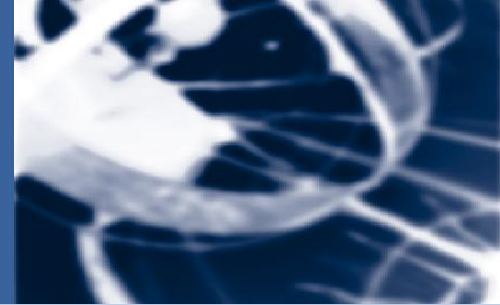
**Nell'ultimo decennio lo sviluppo tecnologico ha modificato il mercato:**



**HA TRASFORMATO IL CLIENTE**



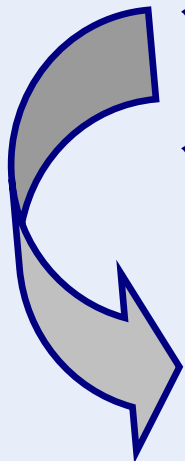
# I SISTEMI DI DISTRIBUZIONE DEL TURISMO



## Il Mercato

### IL CLIENTE ITALIANO E' DI "SECONDA GENERAZIONE"

- ✓ E' stato trasformato dalla società della conoscenza e comunicazione
- ✓ Sa come muoversi nel mondo delle offerte di viaggi
- ✓ E' in grado di fare confronti qualitativi e valutazioni



**E' PIU' PREPARATO E  
DIFFICILE DA CATTURARE**