



Comunicato stampa

L'anima It dei network? Promossa con riserva

**L'avanzamento tecnologico delle reti sembra sorpassare quello degli operatori.
Ma il silenzio sugli investimenti fa il paio con quello dei t.o.
all'interfacciamento Xml**

Milano, 30 settembre 2014

L'anima IT della distribuzione: questo il *leit motiv* che ha animato il dibattito della giornata di sabato durante la 14ma edizione di **NoFrills**. Come uno scanner, il forum ha esaminato l'avanzamento tecnologico di 11 reti aggregate, che, su un universo di circa 9mila punti vendita, rappresentano il 71% del totale italiano delle agenzie di viaggi. Al convegno "*Verifichiamo l'avanzamento tecnologico delle reti di distribuzione*" hanno preso parte **One! Travel Experience, Bluvacanze, Last Minute Tour, Gattinoni Mondo Di Vacanze, Marsupio, OTN, Uvet Itn Travel Co, Geo Travel Network, Welcome Travel Network, Frigerio Viaggi Network e Primarete.**

Sul fronte **dell'integrazione Xml** (l'Xml è un metalinguaggio utilizzato per creare nuovi linguaggi e documenti strutturati, nda) **tra operatori e agenzie, la distribuzione dimostra un grado di avanzamento superiore rispetto alla produzione:** biglietteria aerea, autonoleggio, land (escursioni e altri servizi a terra, nda) sono già stati resi disponibili in Xml b2b e il panel dei network chiamati in causa ha dichiarato di aver collegato tra i 3 e i 15 tour operator italiani. **Ciò che non è perfettamente integrato, dunque, è il classico pacchetto vacanza** e il motivo di questa arretratezza è legato alla reticenza degli operatori a essere comparati tra loro. La necessità di un'integrazione *in toto* tra distribuzione e produzione appare imprescindibile: **pena, il sorpasso e la conseguente perdita di un consumatore finale** che da sé può già acquistare praticamente qualsiasi servizio online b2c, incluso un pacchetto di vacanza completo su talune Ota (online travel agency). Il mondo b2c, infatti, ha dimostrato di offrire ai viaggiatori un'offerta online e meta-comparatori più rapidamente di quanto abbia fatto quello b2b tra i suoi componenti della filiera.

Le reti di agenzie manifestano, però, un deciso risveglio nelle **modalità di comunicazione con il cliente**, reso disponibile da tecnologie sempre più avanzate: l'e-mail marketing si fa preciso e si affina, soprattutto si indirizza a segmenti mirati. E' finita l'era dell'informazione generica e diradata temporalmente, delle newsletter mensili con temi poco focalizzati. Oggi i network scelgono **comunicazioni settimanali e mirate a bacini**

specifici: il **target family, Lgbt, nozze, food addicted...** Tutto questo presuppone un **Crm** (Customer Relationship Management) in grado di profilare dalla A alla Z il cliente. Un ambito nel quale la distribuzione, ancora una volta, dimostra uno stato di avanzamento elevato, grazie a software gestionali specializzati nel turismo che seguono di pari passo le loro esigenze e a un attento lavoro sui database.

Promosso a pieni voti l'IT della distribuzione? Sì, con una riserva: **la ritrosia dei network a divulgare dati sugli investimenti in ambito tecnologico**. Una pecca in un mondo come quello digitale in cui la trasparenza e la condivisione delle informazioni sono la parola d'ordine.

Nota per i redattori:

NoFrills è l'unica manifestazione b2b turistica italiana che negli ultimi anni continua a crescere. Un evento con 120 eventi rivolti alla tecnologia, allo sviluppo, al cerco/offro lavoro, all'utilizzo di strumenti digital, a seminari e corsi di formazione, tavole rotonde, a numeri e statistiche, a focus sui viaggi di nozze sul mercato gay & lesbian e sul turismo accessibile.

Ufficio Stampa NoFrills

ufficiostampa@nofrills-expo.com

tel. 02 20204334