

Turismo**APPUNTAMENTI****A Bergamo si apre NoFrills 2013**

L'andamento, le tendenze e le nuove frontiere del turismo organizzato. È quanto emergerà oggi e domani alla Fiera di Bergamo con la 13ª edizione di NoFrills, il workshop b2b a cui parteciperanno 600 aziende espositrici, pari all'87% del fatturato outgoing dall'Italia, pari a 20 miliardi. Programma: www.nofrillsexpo.com/convegni2013.

FORMAZIONE**Aprire la scuola alle Cinque Terre**

In occasione della Giornata Mondiale del Turismo, oggi Legambiente e Parco Nazionale delle Cinque Terre lanciano Asta, la prima scuola di turismo ambientale, in collaborazione con Regione Liguria, Comuni di Vernazza, Riomaggiore, Monterosso, Vivitellia, LegaCoop e il Master in Turismo e Territorio dell'Università Luiss Guido Carli di Roma. Il primo corso, prenderà il via il 16 novembre, iscrizioni entro martedì 5 novembre. Info su: www.vivitellia.it

AZIONARIATO DIFFUSO**Geraci Siculo punta su acqua e terme**

Al via Iniziative Turistiche Geracise, per l'imbottigliare e commercializzare le acque sorgive di Fegotti (Geraci Siculo) e creare un prossimo stabilimento termale. Socio di maggioranza (65%) Madonie Spa Terme e Benessere, il cui 49% è detenuto da 198 piccoli azionisti di tutta la Sicilia. Presidente della società è di Iniziative Turistiche è Antonio Mangia, al vertice anche di Aeroviaggi.

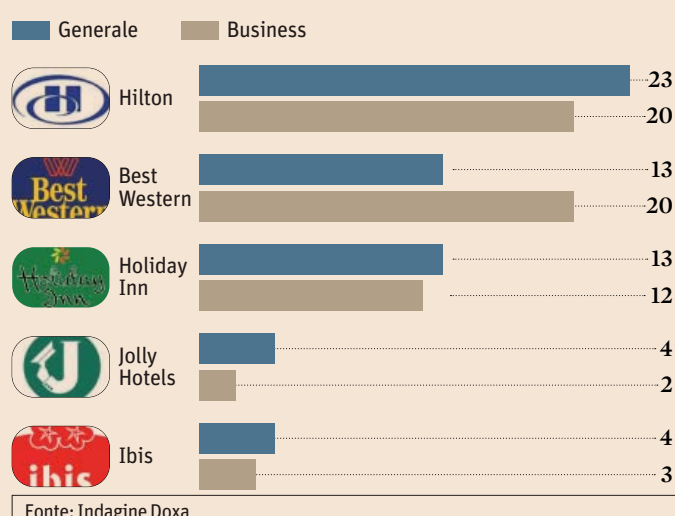
Accoglienza. Ricerca Doxametrics mette in evidenza come cambiano i criteri di scelta dei turisti

L'hotel preferito somiglia a casa

Si apprezzano più di tutto il clima familiare, la pulizia e la cortesia

Le risposte in percentuale**LE PIÙ CONOSCIUTE**

Le prime catene alberghiere secondo il sondaggio Doxa



Fonte: Indagine Doxa

Assunta Corbo
MILANO

Questa casa non è un albergo ma è bene che l'albergo sia una casa. Gli italiani quando viaggiano per affari o turismo vorrebbero che gli hotel li accogliessero con i comfort, i servizi e il sorriso di un buon padrone di casa. Questo emerge dall'indagine "Gli italiani in hotel: come cambia la scelta dell'albergo" condotta lo scorso maggio da Doxametrics per Best Western Italia e presentata ieri a Milano. La ricerca ha coinvolto una general population composta da 1.200 italiani di età compresa tra i 18 e 65 anni, quattrocento business traveller e quattrocento consumatori leisure.

La pulizia, della camera e degli ambienti comuni è il primo elemento considerato, insieme alla possibilità di regolare la temperatura in camera, al wi-fi gratuito, alle buone condizioni dell'arredamento e alla qualità della colazione. «Sono i cosiddetti servizi

basic: cose semplici e ovvie che a quanto pare non sono così scontate - evidenzia Simone Pizzoglio, managing director Doxametrics - Si cerca il comfort ma non il lusso. Quella che viene chiamata anche convenient experience». La pulizia e la cura della camera rappresentano un driver di

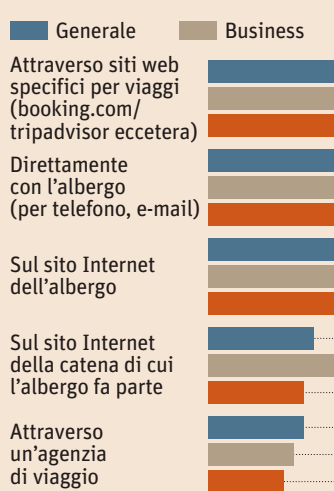
IL SONDAGGIO

Lo studio ha coinvolto un panel di persone composto da 1.200 italiani di età compresa tra i 18 e i 65 anni

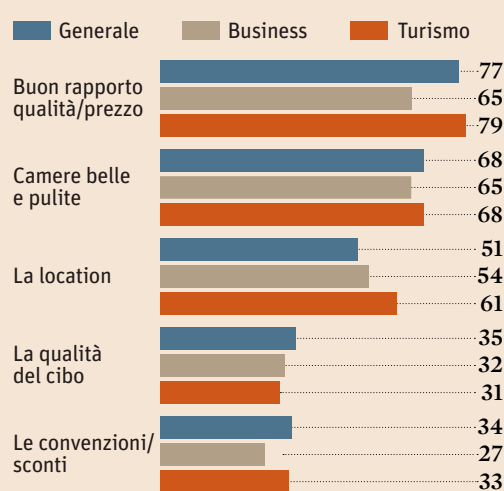
scelta degli hotel per il 68% della general population, il 65% dei business traveller e il 68% dei viaggiatori leisure. Continua a mantenere un ruolo importante il rapporto qualità/prezzo: 77% della general population, 65% dei business traveller e 79% dei viaggiatori leisure.

LA PRENOTAZIONE

Le principali modalità

**LA SCELTA**

I principali motivi



protagonista. Che si tratti dei siti specifici o del sito dell'albergo si cerca l'offerta più conveniente (per il 60% della popolazione, il 62% dei turisti e il 47% dei manager) ma si presta attenzione anche ai servizi offerti (il 50% per le tre categorie). «Siti semplici, immediati e intuitivi vengono di

**Convenient experience**

● Si usa per indicare un'esperienza tranquilla e poco stressante. Il soggiorno in albergo è conveniente quando è comodo: niente lussi eccessivi ma buoni standard qualitativi. Letto confortevole, servizi e cortesia fanno sentire a casa il cliente

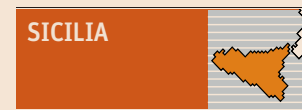
gran lunga preferiti - evidenzia Pizzoglio - il consumatore scappa dalla realtà ansiogena e si apre alla semplicità d'uso». Un ruolo importante lo giocano i siti, blog e social media che ospitano recensioni e che sono entrati nel nostro uso quotidiano. Il 39% della general population li consulta sempre, così come il 46% dei business traveller e il 47% dei clienti leisure. «Non condivido a pieno questi sistemi ma esistono e ne prendiamo atto - dichiara Celso de Scilli, presidente di Best Western Italia - sui grandi numeri ci si fa sicuramente un'idea sebbene in Italia se ne faccia un uso improprio a differenza di quel che accade all'estero dove sono più attendibili. Noi confrontiamo le recensioni con il sistema Medallia utilizzato anche da altre catene alberghiere».

Per quanto riguarda i brand riconosciuti in Italia il primo posto spetta a Hilton, seguito da Best Western e Holiday Inn.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Cous Cous Fest

Presenze record a Sal Vito Lo Capo



SAN VITO LO CAPO

Presenze turistiche del mese di settembre decuplicate negli ultimi sedici anni, posti letto quasi triplicati, con un media di un posto letto e mezzo per abitante, 136 esercizi di tipo alberghiero contro i 24 nel 1997. Un volume di affari annuo (calcolato sulla spesa media pro capite di ogni visitatore) pari a circa 50 milioni di euro. Le cifre sono snocciolate con orgoglio da Matteo Rizzo, sindaco di San Vito Lo Capo, centro marittimo della Sicilia orientale - stretto tra la Riserva naturale dello Zingaro e le isole Egadi - che ha creduto nella destagionalizzazione. Grazie a una serie azzeccata di eventi che richiama di anno in anno appassionati di enogastronomia e sport. E che riesce a popolare la cittadina anche in ottobre, dove negli ultimi quattro anni sono più che quadruplicate le presenze. Il prossimo appuntamento sono il Climbing festival e quello degli aquiloni. Ma in questi giorni a tener banco è il Cous Cous Fest, la rassegna gastronomica giunta alla sedicesima edizione che fa convergere su questo angolo di Sicilia chef delle due sponde del Mediterraneo (e quest'anno per la prima volta anche gli Stati Uniti) nel segno del dialogo, del confronto e della pace. È l'unica rassegna dove nella stessa cucina convivono cuochi israeliani e palestinesi e che richiama in una settimana di eventi, show cooking e concerti più di 250 mila visitatori, muovendo, è stato calcolato, un giro d'affari di 7 milioni.

F.Ro.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Chateaux & Hotel

L'hotellerie che punta a crescere in Italia

Lucilla Incorvati

Châteaux & Hôtels Collection, la catena creata da Alain Ducasse (682 fra hotel e ristoranti indipendenti in 16 paesi con un giro d'affari di oltre 800 milioni) vuole crescere in Italia in un segmento quello dell'hotellerie di lusso e dell'offerta gourmand di cui tanto il nostro paese va orgoglioso. L'Italia è uno dei paesi più belli del mondo per chiunque desiderare trovare una ospitalità di qualità e gastronomia di alto livello. Per questa ragione Châteaux & Hôtels Collection mira ad imporsi, fornendo la propria competenza in termini di comunicazione e di assistenza alla commercializzazione dei suoi affiliati, hotel e ristoranti in linea a quel trend che vede in Europa imporsi un sistema di brand forti nell'offerta di hotel e ristoranti. Il piano di crescita per l'Italia è ambizioso: un ufficio, investimenti in marketing e comunicazione ma soprattutto passare entro il 2015 dagli attuali 40 a 70 associati. «Il primo vantaggio per un hotel indipendente nell'aderire a Châteaux & Hôtels Collection - spiega Xavier Alebert, direttore generale - è di non essere più isolato e di entrare a fare parte di una rete di imprenditori indipendenti che hanno le stesse caratteristiche. Il secondo vantaggio è di fornire la forza di un marchio che li rappresenti e che li contraddistingua per charme ed eleganza nei confronti di un pubblico sempre più ampio. Infine, azioni di supporto nelle vendite e nel marketing (web, mice, corporate, TO), nella formazione, consulenza e nell'intrattenimento all'interno delle strutture».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Dal 30 settembre Radio 24 e il suo direttore Roberto Napolitano mettono in campo il nuovo palinsesto:

la squadra conferma i suoi grandi conduttori e ingaggia il nuovo centravanti Giovanni Minoli che condurrà Mix 24 dalle 9 alle 11 dal lunedì al venerdì.

Più notizie, più approfondimenti, prima e meglio, con la qualità e la passione dell'informazione targata Sole 24 Ore.

Infofrequenze 800.08.04.08

Infoline 800.24.00.24

www.radio24.it

GRUPPO **24** ORE

*Radio 24:
la passione si sente*