



ETOA

**BETTER TOURISM
IN EUROPE**

MODELLI DI BUSINESS NEL SETTORE TURISTICO



MODELLI DI BUSINESS NEL SETTORE TURISTICO

UNA GUIDA PRATICA PER LE ATTRAZIONI CULTURALI

PREMESSA

Questo documento è stato sviluppato dai soci di **ETOA, l'Associazione Europea del Turismo** che rappresenta oltre 1100 realtà turistiche, inclusi operatori nazionali e internazionali con focus sul turismo culturale.

ETOA cura gli interessi di organizzazioni del settore pubblico e privato che, proponendo esperienze e prodotti turistici, si interfacciano necessariamente con la prenotazione dei biglietti per le attrazioni culturali, e si occupano della loro distribuzione, sia digitale sia fisica.

Il mercato turistico è soggetto a rapidi cambiamenti e ad una domanda crescente. Mentre alcuni consumatori acquistano i biglietti direttamente dalle attrazioni, ovvero sul loro sito web ufficiale o presso le biglietterie, gran parte della domanda dei consumatori viene soddisfatta da una varietà di operatori, nazionali e internazionali.

Pertanto, lo scopo di questo documento è spiegare i diversi modelli di business tra questi operatori in modo che si possa sviluppare una strategia di distribuzione efficace con le attrazioni adatta al mercato attuale.

MODELLI

Business	Descrizione	Finestra di vendita	Canale di vendita	Gruppi o individuali	Pacchetti
Tour Operator	<p>Per lo più piccole e medie imprese del settore che creano pacchetti turistici, stabilendone i prezzi in base alle proprie strategie commerciali e ai costi dei vari servizi inclusi (trasporti, alloggi, escursioni, biglietti, guide, ecc). Collaborano con le varie realtà turistiche necessarie a vendere i propri pacchetti turistici ai visitatori di tutto il mondo, accoppiando il biglietto a servizi di vario genere, tra cui ad esempio quello di guida in svariate lingue, per venire incontro alle varie richieste del mercato. Alcuni TO locali (chiamati anche DMC - Destination Management Company) possono vendere i propri pacchetti a altri TO.</p>	<p>Gli acquisti avvengono in base ai mercati e alla stagionalità: più di 1 anno prima fino alla data di arrivo. N.B: alcuni elementi sono opzionali e possono essere venduti vicino alla data del soggiorno.</p>	<p>Diretto: - Sito internet - Negozio - Cataloghi</p> <p>Indiretto: - Agenzia di viaggi - OTA</p>	Principalmente gruppi	<ul style="list-style-type: none"> - Tour di più giorni con visite culturali - Visita guidata dell'attrazione/i - Visita guidata o con audioguida della città con biglietto di ingresso all'attrazione o con un pass turistico della città - Corsa sui bus Hop-on-hop-off con biglietto di ingresso all'attrazione
Distributori digitali (es: OTA)	<p>Piattaforme online che offrono attività nelle destinazioni e le promuovono tramite i loro canali ai consumatori finali. Collaborano infatti sia con i tour operator, i quali caricano sulle piattaforme la propria offerta turistica, sia con le attrazioni e altri fornitori locali, che distribuiscono sulle piattaforme la propria offerta (biglietto di ingresso, biglietto con audioguida, attività guidate gestite dal museo, ecc). Le condizioni commerciali e di vendita sulle OTA vengono stabilite di comune accordo con l'attrazione o con il concessionario. Alcuni operatori sviluppano i prodotti insieme a altri fornitori del territorio.</p>	<p>Gli acquisti avvengono in base ai mercati e alla stagionalità: da 6 mesi prima fino a pochi minuti prima dell'orario di inizio dell'attività.</p>	<p>Diretto: - Tramite il proprio sito internet</p> <p>Indiretto: Tramite una fitta rete di partner, quali compagnie aeree, catene di hotel, bloggers, riviste specialistiche ecc.</p>	Principalmente Individuali, ma anche piccoli gruppi	<p>Tramite un accordo diretto con l'attrazione, le OTA distribuiscono:</p> <ul style="list-style-type: none"> - biglietto - biglietto +audioguida - visite guidate ufficiali <p>I tour operator in autonomia caricano inoltre le proprie proposte ed esperienze sulle OTA con le quali collaborano.</p>
Agenzia di viaggio	<p>Queste aziende combinano vari componenti in un unico pacchetto o vendono singoli elementi a altre aziende o ai consumatori finali. Acquistano componenti separati, compresi i biglietti per le attrazioni, e li combinano per formare un prodotto, ad es. un tour di 10 giorni in Italia, venduto ad un prezzo unico. I pacchetti durano solitamente più di un giorno.</p>	<p>Gli acquisti avvengono in base ai mercati e alla stagionalità: da 1 anno prima fino a qualche settimana prima.</p>	<p>Diretto: - Sito internet - Negozio</p>	Entrambi	<ul style="list-style-type: none"> - Tour di più giorni con i biglietti delle attrazioni o eventi speciali inclusi

CONTATTI

Danja Nebuloni
Country Representative Italy



dnebuloni@etoa.org



TWITTER
[@ETOA](https://twitter.com/ETOA)



LINKED-IN
ETOA - European tourism
association



WEBSITE
www.etoa.org