

Sempre più viaggiatori prenotano direttamente le strutture, evitando le piattaforme online

Hotel, il ritorno del filo diretto

In cerca di esperienza personalizzata e maggiore flessibilità

DI MATTEO RIZZI

Prezzo, ma non solo. Sempre più viaggiatori, quando devono prenotare un soggiorno, scelgono di rivolgersi direttamente all'hotel, evitando le grandi piattaforme online. Oltre al risparmio, pesano il desiderio di un contatto immediato con la struttura, la possibilità di scegliere tra più tipologie di camere, dalle standard alle suite, e l'accesso a pacchetti e servizi spesso non disponibili su portali come Booking.com o Expedia.

Il canale diretto offre anche maggiore flessibilità: richieste particolari, modifiche alla prenotazione o informazioni aggiornate sui servizi si gestiscono più facilmente parlando con chi dirige l'hotel. «Il cliente diretto non guarda solo al risparmio», spiega a *ItaliaOggi* **Andrea Delfini**, fondatore e ceo di Blastness, società italiana che fornisce tecnologie e consulenza per aumentare le prenotazioni dirette degli hotel, con oltre 1.800 strutture servite. «Vuole un filo diretto con l'albergatore, più scelta e un'esperienza personalizzata. Sul sito ufficiale trova camere o offerte che sulle Ota (online travel agency,

ndr) non compaiono, o servizi aggiuntivi che fanno la differenza».

A questo si aggiunge un fattore di trasparenza: prenotare dal sito ufficiale significa interagire con chi prende decisioni operative nella struttura, con la garanzia di ricevere informazioni precise e conferme in tempo reale. «È un contatto che rassicura», osserva Delfini, «e che spesso migliora l'esperienza del cliente già prima dell'arrivo».

Secondo il ceo, il fenomeno è legato all'evoluzione delle abitudini digitali, accelerata dalla pandemia: «Le persone hanno imparato a fare acquisti online in tutti i settori e oggi sono più propense a entrare in contatto diretto con l'hotel, soprattutto se trovano un'esperienza di prenotazione semplice e personalizzata».

Un elemento che favorisce questo passaggio è l'«effetto billboard»: quando un hotel compare sui grandi portali, ne guadagna in visibilità. «Molti clienti», spiega Delfini, «dopo averlo visto su Booking o Expedia, visitano il sito ufficiale per approfondire: cercano informazioni aggiuntive, verificano la disponibilità di servizi o offerte e, non di rado,



Andrea Delfini

scelgono di prenotare direttamente».

I numeri confermano la tendenza. Tra il 2019 e il 2024 il valore medio delle prenotazioni dirette negli hotel serviti da Blastness è cresciuto del 116%, contro il +36% delle Ota.

Per le strutture ricettive, il vantaggio è concreto. Le commissioni sulle Ota possono arrivare al 20% dell'importo, contro un costo medio che può andare dal 5% al 10% per una prenotazione diretta, comprensivo di sito, sistemi e promozione. Su grandi volumi, il margine extra può tradursi in investimenti in personale, manutenzione o nuovi servi-

zi. Blastness nasce nel 2004 con l'obiettivo di rafforzare il canale diretto e portare la logica del pricing dinamico, la variazione delle tariffe in base alla domanda, anche sui siti ufficiali degli hotel. «Negli anni '90», ricorda Delfini, «gli hotel lavoravano con listini stagionali. Le Ota hanno introdotto la tariffazione variabile. Noi abbiamo portato quella strategia al canale diretto, mettendo gli strumenti in mano agli albergatori».

Oggi la Blastness Suite è diventata il cuore operativo degli hotel che puntano sul canale diretto. Al suo interno convivono strumenti diversi: dal si-

stema di prenotazione online integrato nel sito alla gestione delle relazioni con i clienti, fino agli strumenti di analisi della domanda e alle campagne di marketing digitale. Su questa base si innesta il revenue management system, che introduce il concetto di dual revenue management: tariffe e strategie distinte per sito ufficiale e piattaforme online, così da proteggere il diretto senza perdere competitività sugli altri canali.

L'intelligenza artificiale è parte integrante di questo ecosistema. Analizza milioni di dati di mercato, prevede l'andamento della domanda e suggerisce tariffe ottimali. Il Bid management system regola in tempo reale le campagne pubblicitarie su scala globale. Anche l'esperienza dell'utente finale è modellata dalla tecnologia: chatbot multilingua attivi giorno e notte sono pronti a rispondere a domande e guidare il cliente alla prenotazione.

«Il nome Blastness unisce il greco blastos, crescita, e l'inglese business», sottolinea Delfini. «Growing your business descrive il nostro lavoro: far crescere i clienti e crescere insieme a loro».

© Riproduzione riservata

Hospitality, al Salone dell'accoglienza è protagonista il turismo open air

La fiera italiana dedicata al settore dell'industria alberghiera, organizzata da Riva del Garda Fierecongressi, Hospitality, si prepara a tagliare un importante traguardo con la cinquantesima edizione della kermesse, in programma dal 2 al 5 febbraio 2026. Con il passare degli anni il Salone dell'accoglienza si è trasformato e, oggi, rappresenta «un punto di riferimento per contenuti, qualità e partecipazione di imprese e operatori internazionali di alto livello», come ha evidenziato **Alessandra Albarelli**, d.g. di Riva del Garda Fierecongressi.

Sotto i riflettori, nel corso della prossima edizione «i temi che stanno ridisegnando il mondo dell'accoglienza, con focus su innovazione, accessibilità, inclusione e sul ruolo crescente delle esperienze outdoor, oggi elemento chiave e trasversale per l'intero settore». E infatti, il protagonista indiscusso sarà il turismo open-air, un segmento man mano più strategico per l'intera filiera (con riferimento all'anno precedente, nel 2024 l'outdoor hospitality in Italia ha regi-

strato +3,5% di arrivi, con un indotto di circa 8 ml di euro). Il tema outdoor sarà trasversale in tutta la manifestazione con contenuti formativi e strategici, oltre che un'ampia gamma espositiva. Il padiglione «Outdoor boom» sarà completamente riprogettato: un nuovo layout trasformerà «l'area espositiva in un'esperienza sensoriale, creando un contesto che richiami immediatamente l'idea di natura, accoglienza e libertà», ha dichiarato **Giovanna Voltolini**, exhibition manager di Hospitality. Ma la grande novità dell'edizione 2026 saranno i Best camping village award, il contest ideato in collabo-

razione con Teamwork e dedicato a campeggi, villaggi turistici e glamping con sede in Italia. Otto le categorie in gara, valutate da una giuria di esperti del settore che premierà, nel corso di una serata evento in programma il 4 febbraio, non solo qualità e livello di accoglienza delle strutture, ma anche l'approccio umano che distingue le vere eccellenze italiane.



Alessandra Albarelli

© Riproduzione riservata

Micam, nuovi talenti e IA Arriva la nuova trend guide

Innovazione e tradizione saranno al centro della scena al Salone internazionale della calzatura Micam, in programma dal 7 al 9 settembre a Fiera Milano. Per l'occasione, debutterà la prima trend guide elaborata con l'ausilio dell'intelligenza artificiale. Realizzata in collaborazione con Livetrend, una startup attiva nell'analisi dei dati di mercato nel settore fashion, la guida ha l'obiettivo di aiutare i visitatori a ottimizzare i propri acquisti, contribuendo così alla riduzione della merce invenduta, al miglioramento delle performance commerciali e alla diminuzione dell'impatto ambientale. Ciò avviene attraverso l'analisi di milioni di immagini e delle informazioni provenienti da Instagram, e-commerce, consumatori e sfilate di moda. In linea con le precedenti edizioni, invece, fa il suo ritorno il progetto «Emerging designers». Giunta al suo ottavo capitolo, l'iniziativa rappresenta un trampolino di lancio grazie al quale 12 giovani stilisti di calzature avranno uno spazio espositivo interamente dedicato. I talenti sono stati selezionati con cura attraverso un format innovativo realizzato in collaborazione con Honegger (realità attiva da oltre 50 anni nel marketing fieristico) e presieduto da una giuria di esperti. Tra i finalisti, gli italiani Lancia Milano, Apice, Le Signe e Servati di Marco Primiceri.



L'edizione 2024 del Micam

© Riproduzione riservata