

## POSITION PAPER

### PRODOTTI E SCENARI FUTURI

#### DIVERSIFICAZIONE DELL'OFFERTA PER DESTAGIONALIZZARSI ED INNOVARSI

##### 1. ANALISI DI SCENARIO

*A cura di Stefano Landi, SL&A Società di consulenza del turismo*

**Il PST 2017-2022**, elaborato e condiviso tra tutti i soggetti del turismo italiano, definisce il “Mare prodotto maturo: rallentamento crescita dei flussi, ma aumento redditività”. Per “maturità” secondo lo schema del Ciclo di Vita si intende la fase in cui le vendite di un prodotto rallentano e si stabilizzano nel tempo, e solitamente in questa fase si tenta di attuare azioni di rivitalizzazione e/o diversificazione.

Ma non è semplice né forse corretto considerare il mare come un prodotto turistico: semmai è una offerta territoriale, che a sua volta può contenere diversi prodotti, a partire dal balneare, per poi estendersi in molte altre direzioni. Non a caso dopo la crisi delle mucillagini del 1989 la diversificazione delle aree costiere ha fatto passi da gigante, investendo sia prodotti basati su segmenti strutturali, che motivazionali.

Al contempo il cambio di passo nella domanda, la maturità del prodotto balneare, e la sua positiva sostituzione con altri prodotti, hanno contribuito a creare una stagione potenzialmente più ampia, ma insieme ad accorciare il periodo medio di permanenza, con il rischio di una perdita di valore unitario per cliente, ma anche necessitando sempre più attività di marketing per garantire il necessario turn-over.

Quanto alle politiche, “il PST punta ad attivare una offerta complementare ed integrata rispetto alle grandi destinazioni ed ai principali prodotti turistici (come il balneare...), da cui partire per conoscere l'enorme patrimonio storico, artistico e paesaggistico diffuso nel territorio”. “Il balneare -prosegue il PST- deve essere valorizzato nella sua complessità attraverso una politica nazionale volta alla sua riqualificazione sia dal punto di vista strutturale che di integrazione con gli altri prodotti territoriali”. In una parola, de-localizzare.

**Le prospettive dal lato della domanda.** E' in atto una trasformazione del cliente che vede come elemento principale la ricerca di esperienze coinvolgenti e memorabili. Più in generale, al “vuoto” della villeggiatura tradizionale, la domanda turistica cerca sempre più di sostituire il “pieno” delle cose da fare, ponendo questo elemento in testa alle proprie scelte (Fonte: Expedia Media Solutions 2017).



Chiaramente funzionale a questa evoluzione della domanda è la dinamica del quadro informativo e distributivo che la stimola e la abilita: sempre più online, sempre meno intermediazione tradizionale.

***I risvolti per l'offerta localizzata.*** Molte sono quindi le esigenze, le opportunità e le azioni intraprese, con diverso successo: non tutto va a buon fine.

Alla base di tutto deve esserci una forte "Marketing intelligence", e cioè la capacità di comprendere con il massimo di tempismo le tendenze in corso di divenire, avvicinando in questo l'industria del turismo a quella del food, della moda, dell'automotive, ecc.

A fronte di questa intelligenza previsiva occorre una capacità adattiva: saper fornire risposte flessibili, nell'ambito di una visione che si sostanzia in soluzioni integrate e in servizi di rapida erogazione.

Questo è vero certamente per il balneare e gli altri territori "a prodotti maturi", ma lo è in generale: le sfide della innovazione e della diversificazione valgono ovunque, e non è sufficiente proporre un prodotto nuovo e/o approcciare un mercato nuovo, se non si conoscono a sua volta le dinamiche di questi prodotti e mercati, con il loro specifico "ciclo di vita" e con le loro variabili tendenziali, quantitative e qualitative.

Rispetto al passato recente la sfida è più difficile e richiede più conoscenza, ma è inevitabile.

## 2. QUESTIONI DA AFFRONTARE/DOMANDE CHIAVE

L'obiettivo del tavolo sarà quello di delineare rispetto alla tradizionale proposta di villeggiatura balneare per famiglie, quali possano essere le più importanti specializzazioni di prodotto su cui puntare.