



WINTRADE
Digital Innovation *Lovers*

PRESENTAZIONE DELL'INIZIATIVA

MONDO UTILE
NEL CUORE DELL'OSPITALITÀ

3 luglio 2014

sommario

- ✦ Scenario web mercato turistico
- ✦ Il turismo religioso
- ✦ Presentazione di MONDOUTILE
- ✦ Il portale
- ✦ Le referenze



SCENARIO WEB MERCATO TURISTICO

Previsioni di direzione:

dove va il mercato del Turismo?

... caratterizzato da uno straordinario scenario

fatto di continui cambiamenti, evoluzioni, cambi di rotta e ...

Canali:

attraverso quali canali
si prenota oggi?

Canali (fonte Affilinet 2012):

57%

purchase holidays online



Canali (fonte Affilinet 2012):

23%

book via travel agencies
- down from **28%** -



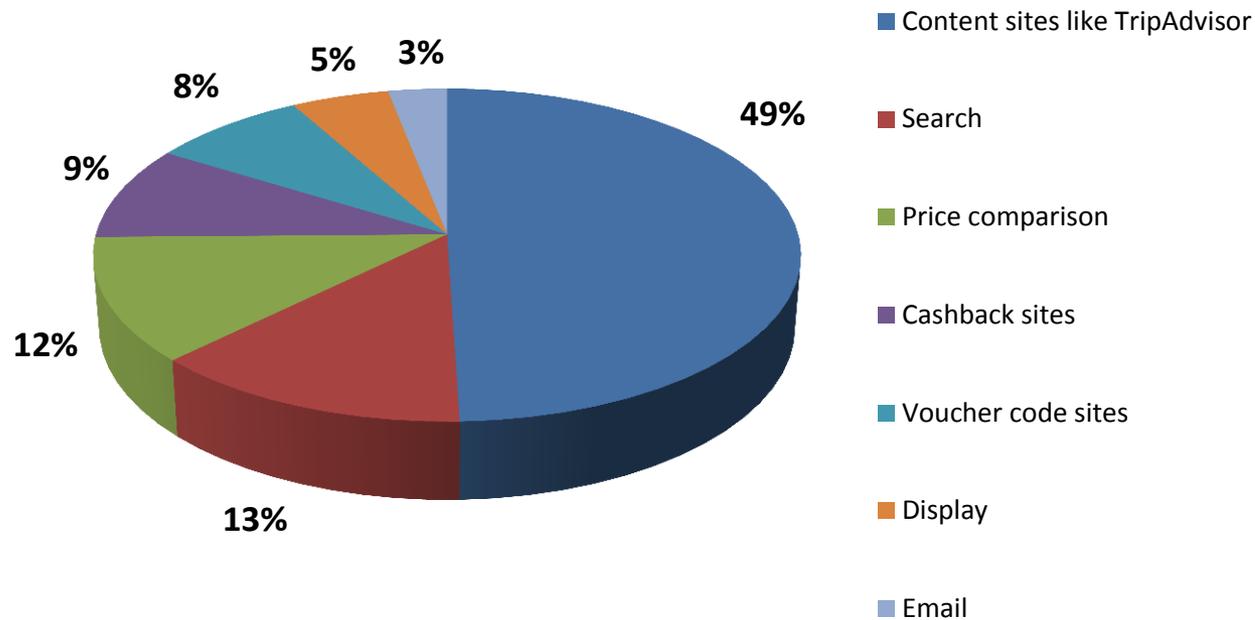
Canali (fonte Affilinet 2012):

16%
of all travellers use
mobile devices to book trips



Fonti di vendita (fonte Affilinet 2012):

Da quali fonti si vende?



Influenzamenti (fonte Affilinet 2012):



Cosa influenza l'acquisto on-line?



22

websites are visited in
multiple shopping session
before the typical travel shopper
books a trip

Influenzamenti (fonte Affilinet 2012):

Cosa influenza l'acquisto on-line?

38%

recommendations



Influenzamenti (fonte:Affilinet 2012):

Cosa influenza l'acquisto on-line?

55%
photos



Influenzamenti (fonte:Affilinet 2012):



Cosa influenza l'acquisto on-line?

64%

deals and promotions



Influenzamenti (fonte: Affilinet 2012):

Cosa influenza l'acquisto on-line?



450% +

increase in leisure travellers using their
mobile for travel information
since 2009

Mobile:

entro il 2014 ...

il **20%** delle prenotazioni

avverrà da **mobile**



Influenzamenti Social Media (fonte Funsherpa 2012):

70%

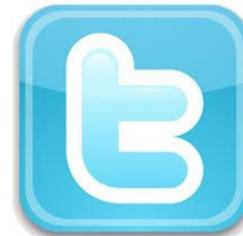
update their Facebook status
while on vacation



Influenzamenti Social Media (fonte Funsherpa 2012):

50%

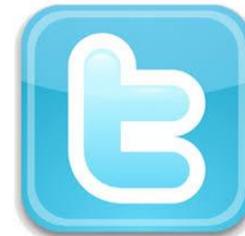
of Travel companies surveyed agreed
that direct bookings
where generated from social media



Influenzamenti Social Media (fonte Funsherpa 2012):

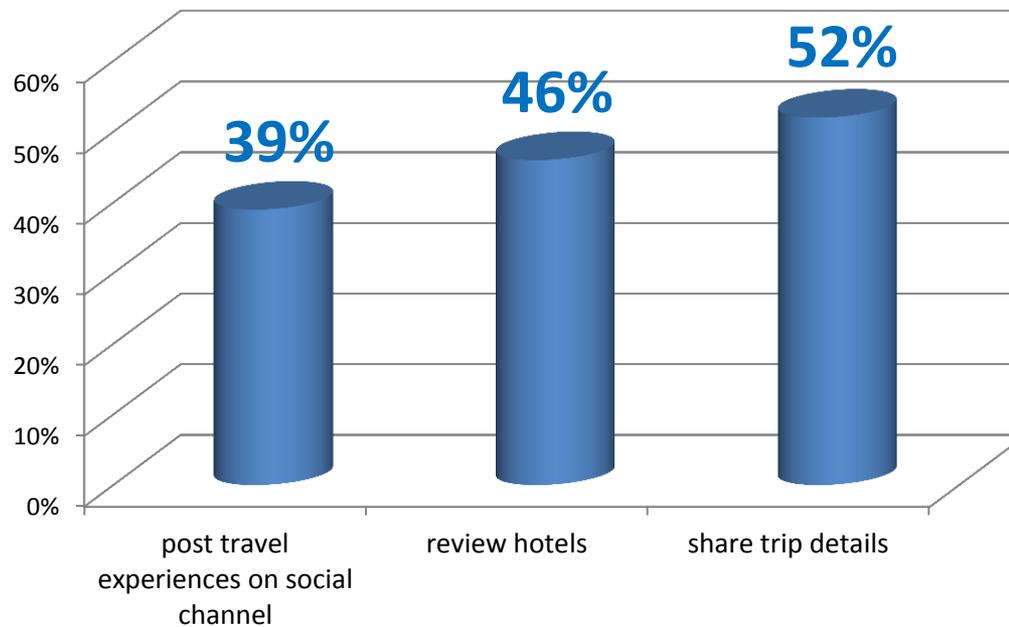
52%

of travelers have change
their original travel plans



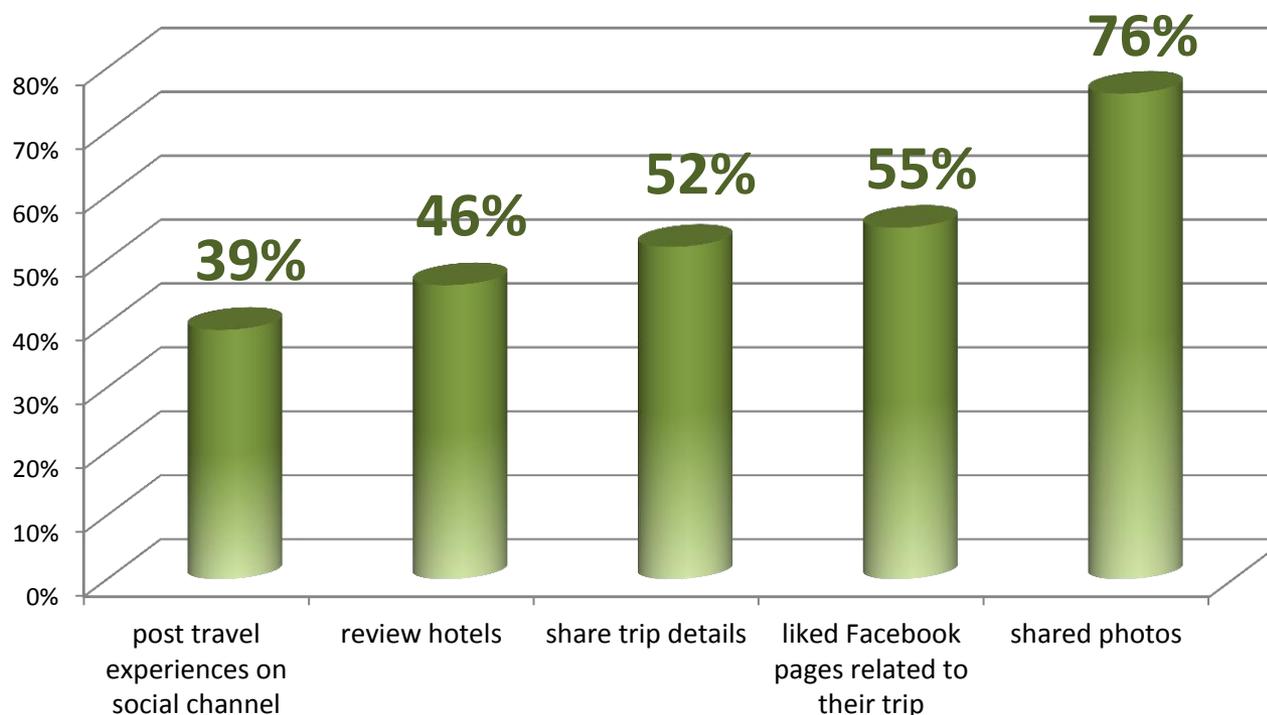
Influenzamenti Social Media (fonte Funsherpa 2012):

Cosa fanno i viaggiatori on-line durante la vacanza?



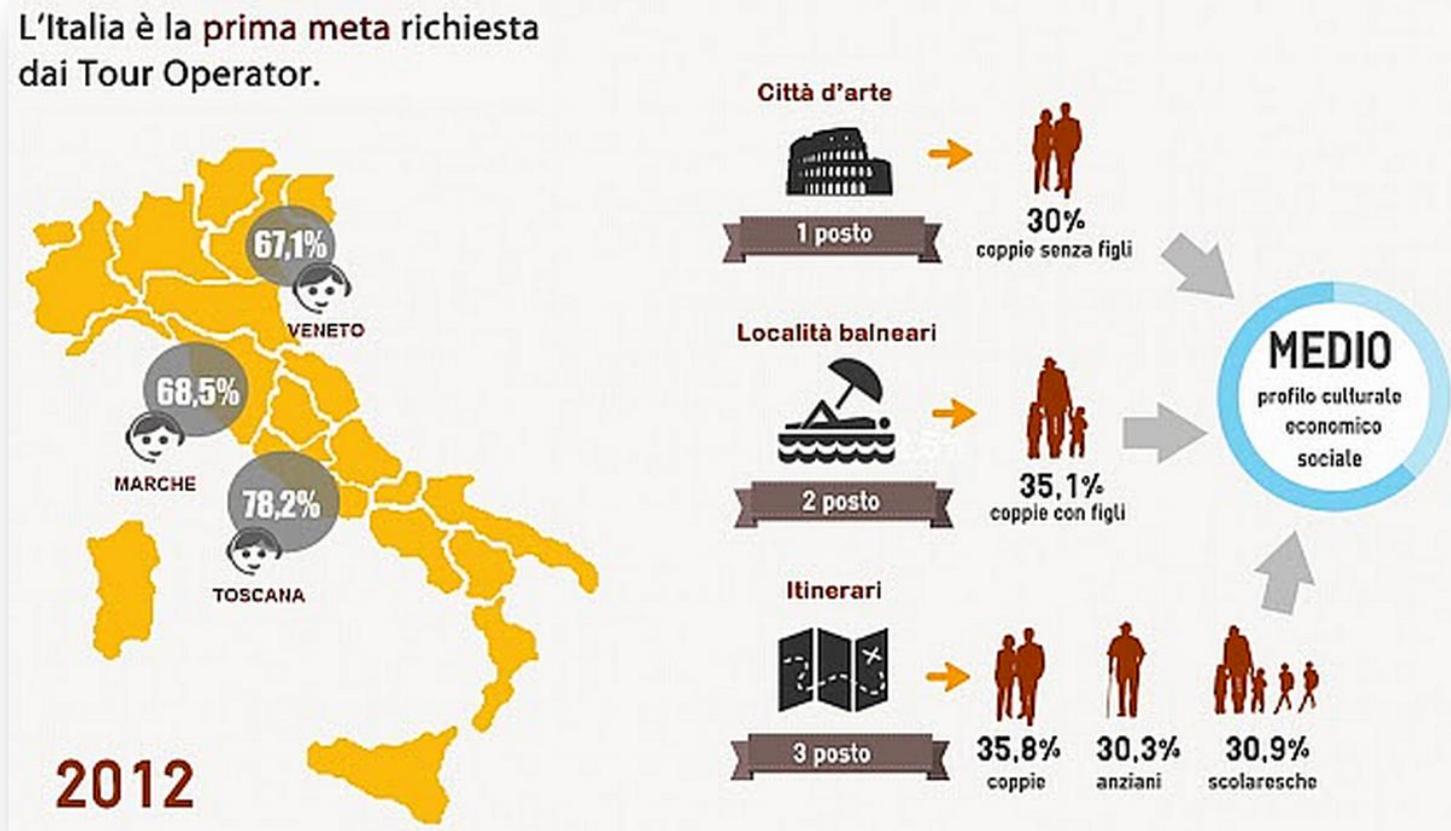
Reviews (fonte Affilinet 2012):

Cosa fanno i viaggiatori on-line al termine del soggiorno?



SCENARIO WEB MERCATO TURISTICO

Fonte Google Italia 2013:



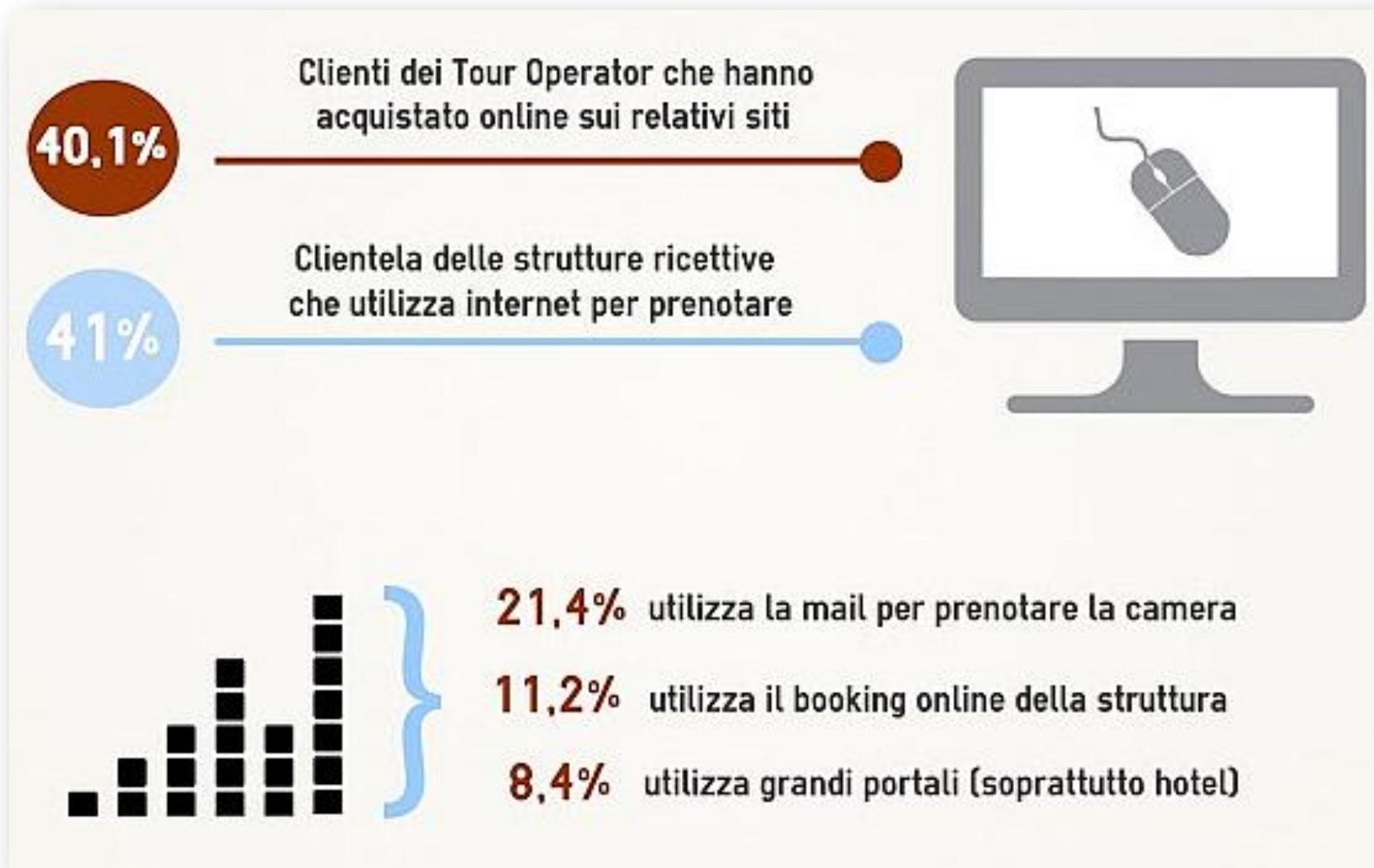
SCENARIO WEB MERCATO TURISTICO

Fonte Google Italia 2013:



SCENARIO WEB MERCATO TURISTICO

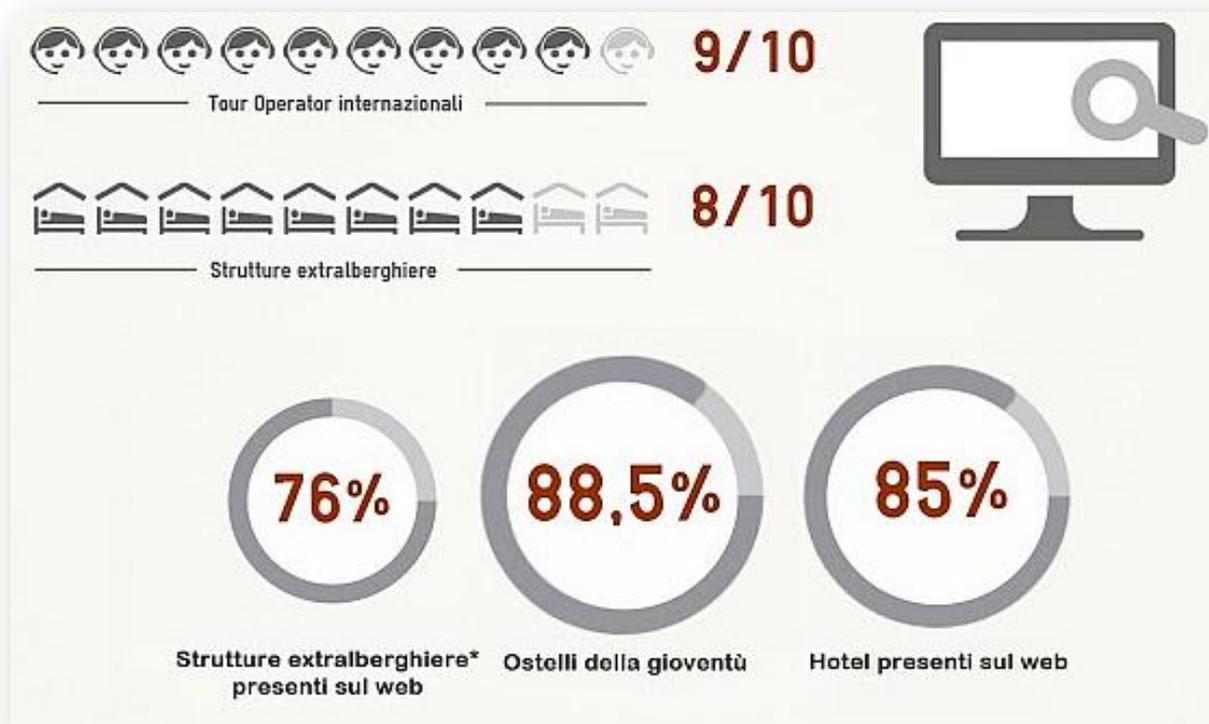
Fonte Google Italia 2013:



SCENARIO WEB MERCATO TURISTICO

Fonte Google Italia 2013:

Le strutture alberghiere che non possiedono un sito web e che non sono iscritte ad alcun portale turistico sono **meno del 20%**.



IL TURISMO RELIGIOSO

Scenario:
In Italia il turismo religioso pesa l'1,5% sul totale dei flussi turistici: il 2% sulla domanda internazionale e l'1,1% sulla clientela italiana per un **totale di 5,6 milioni di presenze turistiche.**

Il turismo religioso è dunque maggiormente legato alla clientela straniera che ne costituisce circa il 60%: il 45,3% arriva dall'Europa ed il 14,9% dai Paesi extraeuropei.

Adulto ma non senior, il 41,4% ha tra i 30 e i 50 anni, il 32,7% viaggia in compagnia del proprio partner il 20% invece fa parte di un tour organizzato ed in alternativa è accompagnato da un gruppo di amici (19,7%), il 13,3% sceglie di muoversi con la famiglia, mentre pochi sono i turisti che viaggiano da soli (9,8%).

Scenario:

Accanto alle motivazioni religiose (71,9%), il bene religioso è considerato risorsa per lo sviluppo sostenibile del territorio. L'attenzione ai santuari e ai luoghi di culto rappresenta la possibilità di conoscenza del territorio, diventando la destinazione di un turismo colto e di qualità.

42% dei turisti sceglie infatti le località italiane anche per la ricchezza del patrimonio artistico e monumentale esprimendo il desiderio di conoscenza di nuovi luoghi (26,3%) oltre che gli usi e i costumi della popolazione locale (21,1%).



Dati sul turismo religioso emersi dal BITREL (Borsa Internazionale del Turismo Religioso, dei Pellegrinaggi e dei Cammini)

Il ^{Scenario} pellegrino viaggia principalmente in bassa stagione e, come buona parte della domanda di turismo sociale, contribuisce alla destagionalizzazione delle destinazioni.

In Italia i turisti motivati da convinzioni religiose spendono mediamente 51 euro pro-capite al giorno, una spesa che risulta complessivamente più alta per i turisti italiani (59 euro) rispetto agli stranieri che spendono 46 euro al giorno (47 euro per gli europei e 43 euro per chi proviene da oltre i confini europei).



PRESENTAZIONE DI MONDOUTILE

Scenario:

In tempo di profondi cambiamenti socio-economici, abbiamo sentito la necessità di creare una “Rete di Accoglienza Religiosa” in grado di preservare e valorizzare l’identità, i significati ed il ruolo delle “Case per Ferie”, dove l’ospitalità va oltre l’accoglienza.

www.mondoutile.it è il primo portale in Italia che racconta le Case per Ferie, esprimendo esattamente cosa sono, che ruolo ricoprono e cosa rappresentano.

www.mondoutile.it è lo strumento di comunicazione dell’azione pastorale delle case per ferie.

IL PORTALE

WWW.MONDOUTILE.IT

Presentazione:

In modo semplice e immediato il portale consente di scoprire cosa sono le case per ferie e che tipo di ospitalità offrono, ma anche di accedere direttamente all'area di booking on-line.

The screenshot displays the homepage of the MONDO UTILE website. At the top, there is a navigation bar with the logo 'MONDO UTILE NEL CUORE DELL'OSPITALITÀ' and menu items: HOME, IL MONDO UTILE, LE CASE PER FERIE, ACCOGLIENZA, CHI SIAMO, INFORMAZIONI, and CONTATTI. The main header features a search form with the text 'PRENOTA IL TUO SOGGIORNO' and fields for 'Località, nome o categoria', dates, and '1 camera, 2 persone'. A prominent orange 'CERCA' button is located below the form. A large background image shows a couple taking a selfie in front of St. Peter's Basilica. A text box on the right contains placeholder text: 'Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Duis consectetur'. Below the search form, there are two small icons with text: 'Prenota ora e paga in Hotel' and 'Chiedi il credito richiesta come garanzia'. The main content area is titled 'Le nostre case per ferie' and features a grid of six property cards. Each card includes a photo of the property, a price starting from a certain amount (e.g., 'da € 39'), the name of the property, and its location. A map of Italy on the left side of the grid highlights the locations of the properties: Trento, Venezia, Roma, and Guardino. A blue box at the bottom left of the grid contains the text 'Prenotazione facile e sicura con noi!' followed by a Latin placeholder sentence.

Presentazione:

Prenotare on-line è facile e sicuro. Tutta la procedura è stata studiata e ottimizzata per garantire il miglior tasso di conversione tra visita e prenotazione.

Servizi



Altri Servizi
radio, servizio in camera, camere insonorizzate, presa modem, 3 ristoranti, colazione a buffet, servizio bar, aria condizionata, piscine per bambini e con idromassaggio, bagno turco, palestra, solarium, centro termale, centro congressi, enoteca

Extra
inclusi: parcheggio, garage, culla, sdraio, ombrellone, bus navetta.

Metodi di pagamento



Camere disponibili Trattamento:

N° CAMERE	TIPO CAMERA	TOTALE
2 ▾	 <p>Camera Suite Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec ac urna sagittis, vulputate nunc non, dapibus orci max. persone 👤</p> <p>Camera 1 N° Adulti: <input type="text" value="2"/> N° Bambini: <input type="text" value="2"/> Età Bambino 1: <input type="text" value="2"/> Età Bambino 2: <input type="text" value="6"/></p> <p>Camera 2 N° Adulti: <input type="text" value="2"/> N° Bambini: <input type="text" value="0"/></p> <p>cancellazione gratuita ⓘ</p>	<p>380 €</p> <p>PRENOTA</p> <p>160 € a camera (per 2 notti)</p>
0 ▾	<p>Camera Junior suite Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit donec max. persone 👤</p> <p>politica di cancellazione ⓘ</p>	<p>190 €</p>

LE REFERENZE

LE REFERENZE



**Federalberghi
Garda Veneto**



SkiCivetta Falcade Arabba Marmolada

**Consorzio
DolomitiStars**



**Consorzio
Cortina Turismo**



Associazione Albergatori
ISOLA D'ELBA

**Associazione Albergatori
Isola d'Elba**



Il Centro Prenotazioni Albergatori di Verona e della sua Provincia

**Cooperativa Albergatori Veronesi
VeronaBooking**



**Consorzio
VeronaTuttintorno**



**Consorzio
Vicenza è**



**Consorzio
Lago di Garda è**



Camera Valdostana



Associazione Albergatori Valle d'Aosta



Consorzio Turistico Pejo 3000



**Associazione Ristoratori
e Albergatori Albesi**



**Consorzio Turistico
Langhe Monferrato Roero**



**Consorzio Piccole Strutture Ricettive
Langhe Monferrato Roero**

