

Secondo una ricerca dell'Ispo il 75% dei clienti è interessato a tale servizio

# Tv, l'ultima sfida dell'hotel

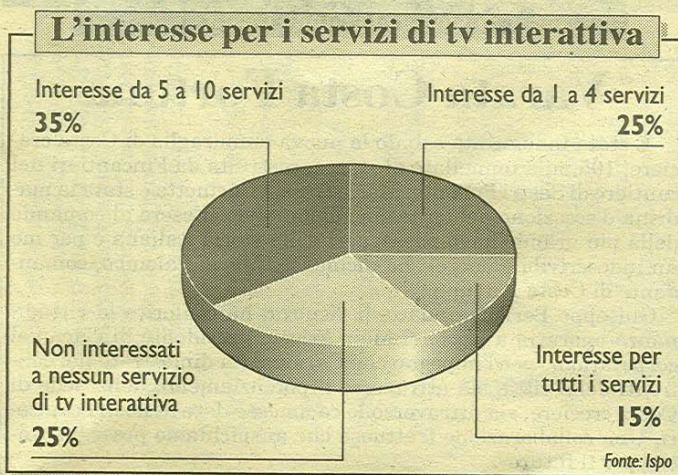
## I sistemi interattivi in camera aumentano l'appeal

DI FABIO DONFRANCESCO

I primi dieci minuti, dal momento che il cliente entra in una stanza di albergo, sono quelli che incidono di più nel giudizio finale della struttura e del suo grado di soddisfazione. Non è più sufficiente però un semplice messaggio di benvenuto personalizzato su carta intestata, o magari sullo schermo televisivo, con in bella evidenza un vassoio di frutta accanto a una bottiglia fresca di spumante nel secchiello. Adesso il turista in vacanza o, meglio, l'uomo d'affari in trasferta, apprezza tutta una serie di servizi, a cominciare dalla Tv interattiva, che possono essere disponibili in camera d'albergo.

Lo dimostra una ricerca, appena presentata dall'Istituto per gli studi sulla pubblica opinione (Ispo) di Renato Mannheim per la società Vda multimedia di Pordenone, che mette in luce il valore attribuito dall'ospite e il suo grado di interesse per i servizi di tv interattiva all'interno degli alberghi (accesso a informazioni relative al territorio, collegamento al web, servizio di connettività Internet in camera dal proprio laptop e wireless, servizio tv e music on demand). Ben il 61% degli intervistati ha giudicato molto interessante poter accedere facilmente a notizie riguardanti la città o luoghi vicini, come ristoranti, musei, shopping area, teatri, cinema e così via. Il 47% sarebbe piacevolmente sorpreso se, a guidarlo in questa ricerca, fosse un'hostess virtuale che gli parla e lo guida nella scelta di utilizzo dei servizi. Un altro 46% del campione ha risposto che apprezza il servizio di posta elettronica su tv, la possibilità di connettersi in rete in camera dal proprio computer portatile e, sempre sul video del televisore, potersi collegare a Internet con il telecomando e con «pagine» leggibili a distanza. Una percentuale di poco superiore al 40% resta, invece, legata alla possibilità di vedere film su richiesta (video on demand) e alla pay-tv.

Nel complesso, il 75% di chi è stato ospite negli ultimi 12 mesi in un albergo si ritiene molto interessato ad almeno un servizio di tv interattiva. Sono soprattutto i maschi (82%) a essere maggiormente attirati da tali servizi, al momento che varcano la soglia di una camera



d'albergo, con un'età compresa tra i 30 e i 39 anni e in possesso di un titolo di studio superiore, diploma (82%) o laurea (86%). Una successiva domanda verteva su quale servizio tv si riteneva più importante, tra i tanti a disposizione in una camera d'hotel attrezzata con piattaforme tecnologiche digitali: l'accesso a informazioni ri-

guardanti il territorio è stata ancora la prima scelta per il 31%, la seconda per il 12% e la terza per un altro 8% degli intervistati. Segue la pay tv (almeno un pacchetto di quattro film per 24 ore), che ha raccolto rispettivamente il 16, il 9 e il 5%. Le voci successive in questa speciale classifica delle preferenze sono state video on demand, ac-

cesso al web e hostess-guida virtuale ognuna intorno al 20% del totale delle indicazioni. La scelta di un albergo, comunque, resta ancora legata ad alcuni aspetti più tradizionali, visto che, a parità di prezzo, il 56% ha dichiarato che dipende dalla presenza o meno di altri fattori (come location, collegamenti con il centro città e atmosfera).

«Il mercato dell'offerta alberghiera è in rapida evoluzione e molti operatori non conoscono appieno le innumerevoli possibilità di utilizzo della tv proattiva», spiega Alberto Vuan, amministratore unico dell'azienda Vda, leader europea nella realizzazione di sistemi digitali tv, che ha commissionato l'indagine. «Oggi è facilissimo non solo trasformare il televisore in terminale remoto con funzioni di computer, ma avviare una sorta di vera interazione con l'utente, aprendo nuovi scenari nell'offerta alberghiera dei servizi di comunicazione e di intrattenimento». (riproduzione riservata)

La Spagna le soffiava la quarta posizione in Europa e la quinta nel mondo

## Congressi, l'Italia arretra nella classifica mondiale

Il Belpaese perde posizioni nella classifica mondiale e parecchie centinaia di milioni di giro d'affari, dovuti alla mancata organizzazione di eventi e meeting internazionali. Infatti, per la prima volta la Spagna ha superato l'Italia, nel 2002, nel numero di congressi internazionali ospitati. È quanto risulta dai dati Uai (Union des associations internationales), resi noti ieri nel corso della presentazione della Borsa del turismo congressuale, che si terrà a Firenze dal 2 al 4 dicembre. In particolare la Spagna, con 392 congressi organizzati (+13,2% sull'anno precedente), ha soffiato all'Italia (371 congressi, -10,3%), la quarta posizione in Europa e la quinta nel mondo. A livello internazionale, dove si è registrato un calo medio dell'1,4%, le prime quattro posizioni continuano a essere occupate da Usa (1.145 congressi), Francia (565), Gran Bretagna (505) e Germania (481). Nel mondo, nel 2002, sono stati complessivamente 9.124 i congressi internazionali. Il calo dell'1,4% rispetto al 2001 è dovuto in particolare alla situazione di crisi economica in Europa, America e nella zona Australia-Pacifico.

Per quanto riguarda le città italiane, al primo posto sventa Roma con 76 congressi (-6,17%) e la 18ª posizione a livello mondiale (era 15ª). Segue Firenze con 33 (+3%) e la 52ª posizione a livello mondiale (era 50ª). Infine Milano con 18 congressi internazionali (-18,18%).

Nel complesso, il numero dei congressi internazionali in Italia è sceso di oltre il 10% (-10,38%, per l'esattezza). Nel 2001 furono 414, mentre lo scorso anno sono stati 371. Da questo ranking escono Sorrento e Verona, mentre entrano per la prima volta Padova e Pisa, rispettivamente con 12 e cinque meeting. Ottimo risultato per Genova, con un +68,5%, passando da cinque a 15 incontri. Segno positivo anche per Firenze (+3%) da 32 a 33: la crescita del capoluogo toscano non è stata sufficiente però a sostenerla in classifica: è passata dalla 50ª alla 52ª posizione. La crisi internazionale non giustifica comunque il grave passo indietro di un settore che, in Italia, potrebbe essere il volano per il rilancio turistico nazionale e che invece, puntualmente, viene dimenticato al momento di decidere i provvedimenti inseriti nella legge finanziaria. Bernabò Bocca, presidente di Confturismo e di Federalberghi, ormai ha perso il conto delle volte che ha rivolto alle istituzioni la stessa, pressante richiesta di urgenti interventi di sostegno al settore. «Il governo non può far finta di non sapere che altri paesi europei hanno già incentivato il comparto congressuale, abbassando sensibilmente le aliquote dell'Iva e gli elevati costi degli oneri sociali del personale. Purtroppo», ammette Bocca, «stiamo perdendo non soltanto la partita della competitività, ma anche centinaia di posti di lavoro».

LUN

Più alle nei

DI

Più sblocco stl. Sor Lunarc asseso avanze nario d dall'Up delle pr dei sis Un'occ della s dall'ent quadro.

Il pre nardelli dà un r geograf di non j territor l'eleme spiega i sessori, bilire u zione te le carat zione», nel part manda,

le, crea nizzate co». Vi è nei con ché, «se dro ha t le comp le regio troppo, progetti in Vene

no dive stl, ma c posto d nardell spazio a tavolo d region: un'altra quella d dinatore tivo il fa andati a lare la all'Anci 30% fos po di stl rite dal utilizzat

Dal ca peo, con Federtu sollecita conto de ca del t trasport monio a golamen zione ris