

Il turismo investe sul leader dei dati per rilanciarsi

► **Accordo tra Its Academy Veneto e "Data Appeal"**

JESOLO

Un accordo tra [l'Its Academy Turismo Veneto](#) e la società Data Appeal per il rilancio del turismo. E' quanto è stato siglato nei giorni scorsi tra l'Istituto superiore del turismo con la società leader nel settore dell'analisi dei dati, specializzata in data science e intelligenza artificiale. In questo modo si cercherà di garantire all'interno sistema ricettivo una maggiore professionalità e competenza a tutti i livelli, in particolare dopo questa fase di profonda crisi. Ad essere avviata sarà infatti un'attenta analisi del mercato e della domanda, ma anche delle aspettative future. Così facendo si cercheranno di raccogliere quegli strumenti strategici indispensabili per il rilancio delle destinazioni turistiche. Ad essere analizzata sarà anche il valore della reputazione online di un'attività o di un territorio, che rappresentano un ottimo indice per valutare l'affidabilità economica, per fare scelte di investimento o di strategie di comunicazione. «[Its Academy Turismo Veneto](#) – spiega il presidente [Massimiliano Schiavon](#) – ha colto il momento valutando di fare un importante investimento da mettere a disposizione delle aziende del territorio e delle istituzioni per il rilancio del comparto turistico e della destinazione. Metteremo a sistema il know how di Data

Appeal, che ha raccolto informazioni online e dispone di un insieme di dati vastissimo, che copre quasi l'intera Europa, aggiornato in tempo reale, con l'attività dei nostri corsisti che potranno elaborare i dati sotto la guida e il controllo di esperti per fornire una serie di possibili scenari per consentire alle aziende del comparto di effettuare le scelte strategiche in modo ponderato, sia sul fronte delle scelte economiche, che di comunicazione». Da ricordare che Data Appeal, nata dal recente cambio nome di Travel Appeal, mette a disposizione gli oltre 5 milioni di feedback che vengono lasciati on-line ogni minuto, ovvero quelle che sono le tracce digitali che raccontano le interazioni tra le persone e il mondo circostante.

«L'esperienza maturata in tanti anni di attività nel settore turistico – aggiunge Schiavon – spinge a rendere sempre più performante e specializzato il percorso di alta Formazione di cui sono presidente. E' fondamentale prendere decisioni di successo, sempre guidate dai dati, attingere a tutto il potenziale del mercato, anche quello che ancora non si conosce, migliorare la lettura dei dati per migliorare la fidelizzazione, e soprattutto trovare nei dati le risposte alle specifiche esigenze. Questo processo di formazione, assolutamente plasmato sulla realtà, consentirà ai futuri manager del turismo di essere "dentro" al cambiamento immaginando gli scenari futuri per la ripartenza».

Giuseppe Babbo

© RIPRODUZIONE RISERVATA

