

Piattaforma B2B per affitti brevi: nel database oltre 1.300 appartamenti

Halldis porta le case in adv

Samake: «Prodotto di qualità che si svincola dal far west online»

Gli appartamenti arrivano in agenzia. A portarli è **Halldis**, società che dal 1986 gestisce 1.300 appartamenti per affitti brevi nelle principali destinazioni italiane e europee, che per avvicinare al mondo del trade quest'universo ha sviluppato una piattaforma online studiata ad hoc per gli operatori del travel & tourism.

«Si tratta della prima soluzione che permette ad agenzie, tour operator e travel management companies di offrire case vacanza, appartamenti e ville ai propri clienti», dice **Isabella Strada**, Marketing & Communication Manager di Halldis. «E c'è una differenza fondamentale tra la nostra

offerta e altre soluzioni che stanno andando per la maggiore in questo momento, come Airbnb. Noi le tasse le paghiamo», dichiara.



Isabella Strada e Moussa Samake

Proposte su misura e commissioni

Grazie al nuovo tool, dunque, gli operatori del settore turistico possono of-

fruire l'intero database gestito da Halldis, verificare disponibilità e tariffe, inviare proposte personalizzate ai propri clienti o pre-

notare direttamente nel sistema Erp per loro conto e con una commissione.

«Il nostro obiettivo è avvicinare anche alle agenzie

di viaggio italiane tutto quel mercato, in grande crescita, che non cerca l'hotel per i propri soggiorni leisure o business, ma preferisce soluzioni dove conta più il rapporto personale», continua **Moussa Samake**, head of corporate business development di Halldis. «In più – aggiunge – il nostro è un prodotto di qualità, che non vuole finire nel far west di internet».

Gli appartamenti, arredati e affittabili da poche notti a oltre un anno, sono interamente gestiti da Halldis, che garantisce un servizio di qualità a 360°: dall'assistenza completa e multilingue a clienti e agenzie, al check-in, fino al supporto in loco durante il sog-

giorno. Attualmente, il mercato mondiale degli affitti brevi sta vivendo un trend di crescita medio annuo pari all'11% con una domanda che eccede l'offerta di oltre il 10%. Risultato: sono 42 i milioni di viaggiatori che in Europa scelgono la soluzione appartamento arredato e corredato, e 5,7 in Italia. «Considerando il fatto che solo il 15% delle 3.500.000 seconde case presenti in Italia è oggi deputato agli affitti, i numeri – fatturato compreso – sono destinati a crescere in misura esponenziale», prevede Samake.

Tutta l'offerta sul sito dell'agenzia

Da anni partner di agenzie Relocation, solo da pochi mesi Halldis ha deciso di investire anche nel segmento trade. «Sia le famiglie che i business traveller hanno spesso bisogno di assistenza nella scelta della soluzione più adatta e l'a-

genzia di viaggi diventa per questo un interlocutore privilegiato. Il nostro obiettivo è quello di soddisfare le esigenze di una fetta di mercato in costante aumento e fornire alle agenzie gli strumenti per fare lo stesso», prosegue. «Il lancio della nuova piattaforma – conclude – non è soltanto un prodotto della nostra società, ma una vera e propria innovazione di mercato: le agenzie di viaggi sono da sempre abituate a questi strumenti verso gli hotel e le compagnie aeree, ma fino ad oggi non esisteva nulla di simile per gli appartamenti».

Oltre alla piattaforma, poi, Halldis mette a disposizione anche altre forme di collaborazione, come il sistema di integrazione API/XML che permette di pubblicare il portafoglio di appartamenti direttamente sul sito delle agenzie, in *white label*.

Giorgio Maggi

I CLUB DI PRODOTTO DI EXPLORA

L'offerta italiana su Wonderful Expo

Nasce *Wonderful Expo 2015*, brand promo-commerciale che raggruppa le destinazioni turistiche attorno all'Esposizione Universale. Lo ha presentato al TTG di Rimini **Explora**, tourism board ufficiale dell'evento.

Su *wonderfulexpo2015.info* – piattaforma multilingue e multicanale – si potranno trovare informazioni, aggiornamenti, descrizioni, immagini, fotografie e video che raccontano le bellezze del territorio, oltre a una vasta gamma di proposte di viaggio, di accomodation e servizi che la Lombardia offre agli utenti di tutto il mondo. L'offerta turistica è raggruppata secondo temi ben precisi come arte e cultura, benessere, enogastronomia e shopping solo.

Fra i club di prodotto promossi da *Wonderful Expo 2015* figurano *International Hospitality*, dove si trovano i servizi e le strutture esclusive dedicate a chi proviene da Paesi extra-Ue; *Le Città del Gusto* sulle migliori food destination italiane; *Hotel di Charme*, che raccoglie gli hotel di

lusso, le strutture di design e charme, i palazzi storici di Milano e della Lombardia;

Groups Accommodation che seleziona strutture in grado di ospitare gruppi di minimo 30 persone offrendo, tra le altre cose, sale ristoranti con almeno 50 posti a sedere e parcheggio per il pullman; *Tour Guides Recommended*, che raggruppa servizi di guide turistiche in lingue straniere e specializzate in tour tematici; infine *Experience*, una raccolta di operatori che offrono esperienze turistiche tematizzate, dal volo in mongolfiera alla guida di auto storiche.

Piattaforma riservata al trade

Il sito *Trade.wonderfulexpo2015.info/cms/home.html* è riservato ai tour operator e alle agenzie ed è accessibile solo con username e password rilasciati direttamente da Explora. Gli operatori locali che possono aderire al servi-



zio sono hotel, strutture extra alberghiere, b&b, agenzie incoming, servizi turistici, guide, accompagnatori, personal shopper, attrattive turistiche.

Essere prenotabili sul portale garantirebbe agli operatori una serie di vantaggi: accessibilità al mercato; visibilità internazionale (il portale è in nove lingue); collegamento diretto a Expo 2015; possibilità di beneficiare delle attività di web marketing di Explora.

Per aderire è necessario contattare i commerciali della società all'indirizzo e-mail *sales@exploratourism.it*.

Città del Gusto: c'è anche Wonderfooditaly

Explora presenta anche *Wonderfooditaly.info*, portale multilingua di promozione delle migliori food destination. L'obiettivo del club di prodotto Città del Gusto è progettare e valorizzare l'offerta turistica di Milano, della Lombardia e dei territori circostanti.

L'enogastronomia è uno dei principali punti di forza del turismo italiano e, in vista dell'Expo, le città italiane hanno l'opportunità di interpretare il tema oggetto dell'Esposizione – *Nutrire il pianeta, Energia per la vita* – declinandolo secondo le eccellenze enogastronomiche locali.



ITALIAN CRUISE WATCH

Crociere in calo nel 2014 ma si prevede la ripresa

È in calo il mercato italiano delle crociere che a fine anno farà registrare un -8,9% di crocieristi movimentati nei porti italiani e un -9,36% di toccate nave. I dati arrivano dall'*Italian Cruise Watch*, che sarà presentato a Napoli nel corso dell'*Italian Cruise Day*, in programma alla Stazione Marittima il 24 e 25 ottobre. **Francesco Di**

Cesare, presidente di Risposte Turismo che organizza la manifestazione, precisa: «Dopo una crescita costante è normale registrare dei cali, quello di quest'anno si spiega anche con una ripresa dei Caraibi rispetto al Mediterraneo. Ma già i primi dati per il 2015 ci indicano una ripresa». I crocieristi movimentati nel 2014 sono 10,32 milioni per un totale di 4.676 toccate nave. In termini di passeggeri il dato è il più basso degli ultimi quattro anni. Su tutto questo si rifletterà all'*Italian Cruise Day* che, dopo le edizioni di Venezia, Genova e Livorno, sbarca a Napoli, terzo porto italiano per i numeri legati alle crociere dopo Civitavecchia e Venezia.

TURISMO CULTURALE

Musei: +7,2% di visitatori tra luglio e settembre

Boom di visitatori nei musei statali italiani: tra luglio e settembre gli ingressi sono cresciuti del 7,2% rispetto allo stesso periodo del 2013 (+6,6% gli incassi). Lo rende noto il ministero di Beni e delle Attività culturali e del Turismo, che attribuisce il merito al nuovo piano tariffario introdotto dal ministro **Dario Franceschini**, con la prima domenica del mese gratuita e l'apertura fino alle 22 il venerdì nei principali musei. Il totale degli ingressi è passato dai 9.392.080 del terzo trimestre 2013 ai 10.070.569 di quest'anno. Aumentano anche i visitatori non paganti (+3%, circa 130mila in più). Quest'ultimo dato, sottolineano dal ministero, «conferma che la prima domenica del mese gratuita compensa l'eliminazione dell'ingresso gratuito per gli over 65». Tra i siti più gettonati il Colosseo con il circuito dei Fori Imperiali e il Palatino, Pompei, la Reggia di Caserta, il Polo Reale di Torino, la Pinacoteca di Brera, Villa Adriana a Tivoli, Paestum e le Gallerie dell'Accademia di Venezia.

