WTTC: il turismo si adegui alle trasformazioni dell'era digitale

Trasformarsi per sopravvivere. E' l'imperativo per l'industria del turismo secondo **David Scowsill, presidente del WTTC** (World Travel and Tourism Council). Una esigenza sollecitata nel corso del **The Travel & Tourism Summit World 2015** in corso a Madrid.

Scowsill ha sottolineato come i **turisti di oggi siano meno fedeli ai canali di distribuzione dei prodotti, tradizionali e non**, e abbiano maggiori alternative di servizio. Da qui l'esigenza di rinnovarsi. "La tradizione è messa in discussione" ha detto il presidente WTTC, avvertendo poi che le applicazioni mobili stanno rapidamente cambiando le abitudini dei consumatori "e non solo tra i giovani viaggiatori".

Durante l'inaugurazione del Travel & Tourism Summit World 2015, Scowsill ha disegnato lo scenario attuale che, seppur condizionato dalla creazione di piattaforme digitali che mettono il consumatore in relazione diretta con il prodotto, diventa un fatto positivo quando spinge le aziende ad adeguarsi con sistemi che a loro volta la metteranno in contatto diretto con il mercato e risponderanno meglio ai gusti ed alle esigenze dei consumatori stessi. "E 'fondamentale per reinventare l'esperienza del cliente, perché **al centro di questa trasformazione ci sono le tendenze e le mutevoli aspettative dei consumatori**. Non dobbiamo mai perdere di vista ciò. E il consumatore che orienta questo cambiamento ed è il consumatore che decide in base alle sue esigenze" ha aggiunto Scowsill.

Fra le considerazioni del presidente WTTC, va sottolineata quella che ricorda come, nonostante internet e altre innovazioni tecnologiche che in questi anni hanno minacciato le imprese turistiche, dai tour operator alle agenzie di viaggio e i sistemi di distribuzione globali, le previsioni di estinzione delle categorie non si sono mai avverate perchè "tutti sono sopravvissuti e hanno prosperato". Tuttavia ha avvertito che "lo smantellamento dei modelli di business esistenti, alimentata dalle tecnologie digitali, sta invadendo gran parte della nostra industria, dagli hotel alle crociere, noleggio auto e agenzie di viaggio".