

Il turismo gode di ottima salute su Lago Garda. Focus il 12 febbraio

notizia pubblicata **08 febbraio 2019** alle ore 11:11 nella categoria **Eventi**



L'Apt del Garda Trentino ha reso nota la flessione nella presenza turistica sul Lago di Garda. Sul fenomeno ha voluto indagare Marketing01, Agenzia Premium Partner di Google, leader nel settore del web marketing per il turismo, che ha analizzato le tendenze di ricerca da parte di potenziali turisti di tutto il mondo sul lago di Garda, basandosi anche su dati Google e SEMrush. Ed i risultati paiono essere ancora molto incoraggianti: nel 2017 e nel 2018 le ricerche sono arrivate al loro massimo storico, superiori del 15% rispetto ai 2 anni precedenti. Una leggera flessione, comunque inferiore al 9% si può notare sulle ricerche 'strutturate', ossia più finalizzate alla ricerca di hotel e prenotazioni immediate. Insomma, un po' meno traffico sui siti delle aziende dell'ospitalità, ma in parte il fenomeno deriva dall'utilizzo diffuso degli 'aggregatori di offerta', come booking.com o Expedia.

Anche sul fronte del web marketing le imprese del Garda non sembrano affatto impreparate: il 79% ha un sito recente ed aggiornato, il 60% svolge regolarmente attività di promozione su internet. Pochi ancora quelli che fanno web marketing all'estero, nei paesi di provenienza dei turisti potenziali: solo il 19% ma comunque molto di più della media nazionale, che non arriva al 10%. Buona la presenza sui social, oltre il 70%, ma non sempre con costanza e visione strategica.

"Insomma, il turismo sul Garda ci pare ancora in ottima forma e le tendenze di ricerca sul web ci sembrano destinate ad essere buone anche per il 2019 – ha detto Paolo Bomparola, di Marketing01 – È però

evidente che non ci si possa accontentare, anche perché la concorrenza sul web si fa ogni giorno più forte e molte aree turistiche si stanno attrezzando per la conquista del pubblico. Per questo occorre puntare di più sul web, da parte delle istituzioni certo, ma anche e soprattutto da parte delle aziende del settore. Occorre ad esempio aumentare la loro presenza sui motori di ricerca all'estero, migliorarne le performance sui social, soprattutto non accontentarsi di essere sui grandi portali 'aggregatori', che riducono i margini per le imprese locali e schiacciano l'offerta su una logica di prezzo, poco valorizzando le peculiarità dei luoghi e delle strutture. Insomma, le imprese devono imparare a disintermediare la propria offerta, in modo non solo di avere margini maggiori, ma anche di evidenziare meglio il proprio valore aggiunto”.

Il prossimo 12 febbraio alle 9 presso il Palace Hotel di Desenzano, si terrà un incontro con gli imprenditori del settore per discutere i dati e presentare gli strumenti che Google mette loro a disposizione per migliorare il proprio web marketing. La partecipazione è gratuita, ma è obbligatorio registrarsi prima a questo link:

<https://eventi.marketing01.it/turismo-hotelads-desenzano12022019/>