

# DA DOVE PROVENGONO I DATI SUL TURISMO?



Per valorizzare l'innovazione e sfruttare i dati, si discute regolarmente dei successi e dei progressi prodotti dalle aziende o dalle start-up. Ecco una panoramica delle fonti di dati sul turismo.

I Big Data sono una questione importante nella definizione di soluzioni innovative, convenienti e incredibilmente utili. La nozione di dati non è recente, ma il suo interesse si sta intensificando a seguito di un aumento molto forte delle quantità prodotte e a fronte di un'accelerazione delle tecnologie in grado di sfruttarle. I dati stanno diventando big data ed essi stanno diventando un complesso composito digitale da trasformare in una fonte di valore.

## I tre tipi di dati turistici

La sfida principale che i Big Data devono affrontare è quella di dare un senso a questo mix di dati grezzi. Non si tratta quindi tanto di ottenere una grande quantità di dati quanto di comprenderne l'interesse e la rilevanza per gli interessati. Nel turismo, i ricercatori accademici distinguono tre categorie di Big Data che diventano potenziali fonti di innovazione: 1- dati dal contenuto dell'utente, 2- dati da dispositivi tecnici e 3- dati di transazione.

### Contenuto generato dall'utente (UGC)

Questi sono i dati prodotti dagli utenti per condividere le loro esperienze turistiche. Comprende recensioni online, blog, racconti di viaggio, tweet e fotografie. Ampiamente utilizzati dalle start-up, le loro analisi portano una dimensione qualitativa ai comportamenti turistici che fino ad oggi sono stati identificati solo attraverso noiose e costose indagini i cui pregiudizi metodologici o emotivi rimangono significativi.

- Le recensioni online misurano la soddisfazione dei viaggiatori nei confronti dei prodotti turistici;
- I dati dei blog e le narrazioni di viaggio possono stabilire itinerari turistici e periodi di picco del viaggio per destinazione;
- Le fotografie possono essere utilizzate per esplorare l'attività dei visitatori e i punti di interesse esaminando i metadati associati.

### Dati dei dispositivi

Ogni interazione con le apparecchiature elettroniche registra i dati. Così, tutti i dati registrati da dispositivi, come smartphone o dispositivi esterni (GPS, Roaming, WIFI, Bluetooth ecc.) sono suscettibili di fornire informazioni sul tracciamento dell'esperienza turistica.

- I dati GPS ricostruiscono gli spostamenti dei turisti in un parco per conoscere i percorsi effettuati e per mettere in discussione il percorso turistico proposto;
- I dati mobili rappresentano la destagionalizzazione e l'origine dei turisti in una regione e tra le

diverse aree turistiche identificate;

- I dati meteo consentono di analizzare il rapporto tra il numero di notti e la profondità della neve nelle stazioni sciistiche per garantire una gestione sostenibile della destinazione.

### **Dati sulle transazioni**

Le transazioni online rappresentano tutti i dati registrati dalle ricerche online, dalle prenotazioni online o dalla carta di credito e da altre modalità di pagamento. Avere questi dati significa avere informazioni molto precise per l'analisi predittiva o la conoscenza del comportamento dei visitatori.

Al di là della referenziazione del marketing sui motori di ricerca, i dati web possono prevedere gli arrivi dei turisti nelle città per prevenire, ad esempio, gli effetti dell'over-tourism.

Altre transazioni possono rivelare la (in)efficienza degli albergatori nella gestione dell'energia attraverso i dati sul consumo di acqua o elettricità.

I grandi dati consentono molte possibilità, soprattutto attraverso la ricerca e l'analisi di nuovi fenomeni. Questa innovazione può avere un impatto considerevole sul turismo, anche se i dati non sono ancora strutturati. I dati possono portare a molte soluzioni concrete e a volte a risparmi significativi, ma sono ancora in gran parte fantastici.

Date: 2020-05-11

Article link: <https://www.tourism-review.it/classificazione-delle-fonti-di-dati-sul-turismo-news11531>