

*le pagine di*

RISPOSTE



TURISMO



**“Nuovi prodotti turistici per famiglie,  
il caso di *bimboinviaggio.com*”**

*di Chiara Rosati*

**“Nuovi prodotti turistici per famiglie, il caso bimboinviaggio.com”**  
di Chiara Rosati<sup>8</sup>

*L'evoluzione del turismo negli ultimi cinquant'anni ha seguito un percorso parallelo a quello dell'economia e della società in Italia. Con l'avvento e la diffusione dei villaggi vacanza tra la fine degli anni '50 e gli anni '70 si affermarono modelli ricettivi con un'offerta di servizi di intrattenimento direttamente destinati al target delle famiglie in viaggio.*

*A partire dal XXI secolo il modo di fare vacanza e le modalità di fruizione dei prodotti turistici hanno attraversato diverse fasi e cambiamenti portati da una rivoluzione non solo tecnologica ma anche socio-culturale, basti citare la deregulation del trasporto aereo e l'accesso libero alle informazioni ed alle prenotazioni tramite internet.*

*Tutta questa serie di trasformazioni ha modificato anche le vacanze delle famiglie: la vacanza non era più la villeggiatura, ma era anche il viaggio. Le famiglie con bambini si spostano senza difficoltà, grazie alle numerose alternative di vacanza che vengono loro offerte (le destinazioni preferite vanno dalle Canarie, i Caraibi, le Mauritius, le Maldive, ai parchi negli USA, la Florida e la Lapponia,*

*senza tralasciare le numerose opportunità che l'Italia offre).*

*È sulla base di questa evoluzione che nel 2006 è nato e si è sviluppato il portale [www.bimboinviaggio.com](http://www.bimboinviaggio.com), che offre alle famiglie italiane la possibilità di trovare facilmente online le strutture ricettive specializzate nell'accoglienza delle famiglie con bambini e ragazzi, quali family hotel, villaggi, campeggi ed agriturismi. L'avvio del portale è stato preceduto da un'analisi diretta sulla domanda, sulle preferenze e le necessità delle famiglie durante i loro viaggi.*

*Il portale oggi riunisce oltre 300 tra alberghi, villaggi, campeggi ed agriturismi, collocati sia in Italia che all'estero, che forniscono quei servizi imprescindibili per le famiglie con figli. Il presente articolo dunque racconta, dopo una introduzione sulle caratteristiche dei viaggi delle famiglie ed i relativi prodotti turistici, il caso specifico di [Bimboinviaggio.com](http://Bimboinviaggio.com), dando spazio anche ad un'indagine realizzata su un campione di genitori sia sulle caratteristiche specifiche del portale sia sui comportamenti e le aspettative delle vacanze realizzate o da realizzare.*

---

<sup>8</sup> Managing Director e Direttore Editoriale di [Bimboinviaggio.com](http://Bimboinviaggio.com).

***“New tourist products for families, the case of bimboinviaggio.com”***  
by Chiara Rosati <sup>δ</sup>

*Over the last fifty years, tourism has evolved in parallel with the Italian economy and Italian society. With the advent and spread of holiday resorts between the end of the 1950s and the 1970s, tourism accommodation models began to take hold with an offer of entertainment services directly aimed at a family target.*

*From the beginning of the 21st century, the approach to holidays and tourist products has gone through a number of phases and changes, brought about by a revolution not only in technology, but also from a social and cultural point of view: it is sufficient to think of the deregulation of air transport and free access to information and bookings via internet.*

*All these developments have also led to changes in how families holiday, and travel is now a part of the family holiday. Families with children are able to travel without difficulty, thanks to the numerous alternatives at their disposal (favourite destinations include the Canaries, the Caribbean, Mauritius, the Maldives, parks in the USA, Florida and Lapland, not to mention the numerous opportunities Italy offers).*

*This evolution was the driver for the creation and development, in 2006, of the portal [www.bimboinviaggio.com](http://www.bimboinviaggio.com), which offers Italian families the opportunity to easily find, online, accommodation facilities specialised in welcoming families with children and teenagers, including family hotels, resorts, campsites and agritourist facilities. The portal was set up following a direct analysis of the demand, preferences and the needs of families during their travels.*

*The portal today features over 300 facilities, including hotels, resorts, campsites and agritourist accommodation, located both in Italy and abroad, which provide essential services for families with children.*

*Following an introduction on the characteristics of family travel and the pertinent tourist products, this article illustrates the specific case of Bimboinviaggio.com, also leaving room for a survey conducted on a sample of parents regarding both the specific features of the portal and on holiday behaviours and expectations relating to past or future holidays.*

---

<sup>δ</sup> Managing Director and Editor-in-Chief of Bimboinviaggio.com.

***“Nuovi prodotti turistici per famiglie, il caso bimboinviaggio.com”***  
*di Chiara Rosati*

**1. Le vacanze per famiglie**

Il turismo in Italia negli ultimi cinquant'anni si è modificato sostanzialmente andando di pari passo con l'evoluzione economica e sociale del Paese. Dagli anni del dopoguerra ad oggi in particolare sono cambiati molto gli stili di vita, come pure è cambiata la fruizione del tempo libero portando ad una trasformazione del modo di intendere la vacanza. Molteplici sono stati i fattori che hanno determinato questa evoluzione. Negli anni sessanta la vacanza veniva intesa come un soggiorno lungo in una località prevalentemente marina, la cosiddetta villeggiatura; in quel periodo si privilegiava la soluzione della casa in affitto, e, negli anni '70, si cominciò a consolidare l'abitudine ad acquistare la seconda casa per le vacanze. Proprio in quegli anni in Italia si registra infatti un rilevante boom edilizio, di pari passo si sviluppano anche le soluzioni alberghiere e regioni come Liguria, Emilia Romagna, Lazio, Campania e, in misura minore Toscana, incrementano la propria offerta alberghiera. Crescono gli alberghi a due, tre e quattro stelle proprio per soddisfare

la crescente domanda delle famiglie in vacanza. Tra la fine degli anni '50 ed il '70 si affaccia sul mercato italiano una nuova formula, quella del villaggio vacanza. Il capostipite di questa categoria fu il Club Méditerranée, si trattava di villaggi molto semplici e spartani, ubicati in zone molto belle dal punto di vista naturalistico e del tutto incontaminate. Alla base di questa tipologia di vacanza vi era l'idea di offrire al turista una esperienza stile Robinson Crusoe, una vacanza diversa, lontana dagli affanni e dalle abitudini della vita moderna; inizialmente nessun pagamento era in moneta ma ai clienti veniva fornita una collana con palline e tutti i pagamenti all'interno del Club venivano realizzati con le palline. Era tutto un po' naïf, evidentemente era presente l'influenza di una certa cultura Hippy tipica degli anni '70. Nel 1957 Gilbert Trigano inaugurò il villaggio Club Méditerranée di Cefalù, Palermo. In seguito, il club si estese ai Caraibi ed in Canada, con la creazione di villaggi in cui la lingua principale adottata era l'inglese al posto del francese. Originariamente frequentato da

single e giovani coppie, Club Mediterranée diventò in seguito una meta vacanziera per famiglie, con il primo Mini Club inaugurato nel 1967 a Donoratico in Toscana.

Oggi il Club Med è molto cambiato; la famiglia è sempre uno dei target di riferimento ma lo stile non è più improntato alla semplicità, anzi direi che si tratta di villaggi abbastanza sofisticati in cui è possibile fare tanto sport e vivere una vacanza di classe quando non addirittura di lusso. Il gruppo attualmente è una realtà molto estesa che fa capo ad un gruppo cinese. Senza dubbio però è stato uno dei primi modelli ricettivi a predisporre servizi di intrattenimento specifici per le famiglie.

Le vacanze degli anni '80 e '90 erano abbastanza diverse, erano intese un po' come status symbol.

Erano gli anni in cui si ambiva a destinazioni famose e frequentate dal jet set: la Costa Smeralda in Sardegna, Capri con la costiera amalfitana, Taormina e le Eolie, Portofino, le Cinque Terre, per fare alcuni esempi. Le famiglie desideravano vacanze nei luoghi belli e famosi di Italia e chi poteva vi si recava utilizzando anche strutture molto prestigiose. Chi, invece, doveva avere un occhio al budget, trovava soluzioni più modeste ma sempre nelle località ritenute alla moda. In quegli anni

grande sviluppo ebbero infatti destinazioni quali la Sardegna, la Sicilia, la Puglia, la Liguria e la Toscana. L'Emilia Romagna aveva registrato un calo perché, avendo un mare non particolarmente attraente, non era in cima alla lista dei desideri delle famiglie e veniva vista come una soluzione di ripiego. Va detto, tuttavia, che gli imprenditori romagnoli in quegli anni sono stati molto acuti ed autocritici: albergatori e ristoratori hanno saputo reagire prontamente alla debolezza del loro prodotto, accentuata anche dal fenomeno marino della mucillaggine, ideando e realizzando una strategia mirata a dare ai clienti altri servizi visto che il mare non era il punto di forza, e proprio in quegli anni vengono ideati e realizzati i grandi parchi: Mirabilandia, Aquafan, Italia in Miniatura, Oltremare, Acquario di Cattolica. Dall'altro lato le località hanno migliorato e potenziato i servizi accessori che arricchiscono il soggiorno, ovvero negozi, gelaterie, zone gioco per i bambini e gli stessi alberghi hanno investito in strutture per le famiglie quali piscine, parchi giochi, miniclub. Le località hanno saputo organizzare una ristorazione curata e di qualità, hanno evidenziato l'atmosfera di calda accoglienza che poi è propria del carattere dei romagnoli.

Tutto senza mai eccedere nei prezzi. La riviera Romagnola ancora oggi nel 2017 resta una destinazione ambita dalle famiglie italiane (ci avevano visto giusto).

## **2. I nuovi prodotti turistici per famiglie**

Con l'inizio del XXI secolo la situazione e le modalità di fruizione della vacanza da parte delle famiglie cambiano considerevolmente, mutano le abitudini socio culturali, si semplificano le operazioni di prenotazione delle vacanze, cambia il sistema dei trasporti, insomma si assiste ad una vera e propria rivoluzione. Detta rivoluzione non è solo tecnologica, ma investe tutto il mercato e dunque anche il turismo e il modo di fare le vacanze. Vediamo per sommi capi i passaggi più importanti che hanno determinato il cambiamento. Innanzitutto la deregulation nel trasporto aereo: nei paesi europei non c'è più il vincolo di avere una sola compagnia aerea di bandiera ma anche linee di altri paesi possono operare e offrire i propri servizi di trasporto alla popolazione interna, la concorrenza aumenta, i prezzi si abbassano, nascono le low cost. Oggi un biglietto aereo dall'Italia per una capitale europea costa fino a 20 volte di meno rispetto a 15 anni fa. In secondo luogo si sono moltiplicati i luoghi e i modi per acquistare un

pacchetto turistico. Fino al 2000 si poteva fare una vacanza acquistando in agenzia di viaggio un pacchetto confezionato da un Tour Operator o costruendoselo da soli "punto, punto", il che richiedeva molto tempo e molte competenze per reperire informazioni su destinazioni anche lontane e consultare pubblicazioni di vario genere. Internet ha cambiato tutto. Oggi non solo è possibile accedere a tantissime informazioni in tempo reale ma grazie ai siti specializzati per prenotazioni on line è possibile costruirsi in maniera semplice e veloce la propria vacanza prenotando facilmente sia gli alloggi che i trasporti. Internet e le low cost hanno liberato i turisti da tanti vincoli ed hanno reso accessibile i viaggi a molti. Con riferimento al mercato aereo italiano il numero dei passeggeri è infatti passato dai 105.658.807 del 2004 ai 164.368.109 del 2016 (fonte ENAC).

Le famiglie grazie alle trasformazioni intervenute si muovono molto di più; la vacanza oggi non è più la villeggiatura, la vacanza è anche il viaggio, è scoprire luoghi a volte lontani dalla propria abituale residenza. Le famiglie con bambini non hanno problemi a viaggiare, si spostano volentieri anche all'estero, i costi non sono inaccessibili e le alternative sono tante. Ovviamente le

preferenze vanno a quei paesi che offrono garanzie di sicurezza per cui la mappa delle destinazioni preferite è in continuo mutamento in relazione alle varie vicende internazionali. Per quel che riguarda il mare nei paesi stranieri, attualmente, per esempio, si è un po' abbandonato l'Egitto ma sono molto richieste le Canarie, i Caraibi, le Mauritius, le Maldive, come pure vanno molto i Parchi USA, la Florida, la Lapponia con l'immane visita al vero Babbo Natale che risiede stabilmente a Rovaniemi. Oggi dunque le famiglie con bambini e ragazzi viaggiano molto di più ma certo non disdegnano l'Italia visto anche che abbiamo la fortuna di vivere in un Paese che offre mare e montagna a volontà.

### **3. Il caso Bimboinviaggio.com**

Ma oggi cosa è cambiato nella domanda delle famiglie? Proprio questa è la domanda che ci siamo posti nel 2006 quando abbiamo avuto l'idea di creare [www.bimboinviaggio.com](http://www.bimboinviaggio.com).

Cosa è mutato e cosa cercano le famiglie nelle vacanze in questo inizio di nuovo millennio? L'analisi che abbiamo effettuato prima di avviare il portale nel 2006 ha evidenziato che le famiglie amano viaggiare con i bambini e di norma fanno almeno due vacanze in un anno: una al mare ed una in montagna, se hanno figli

con età fino a 3 anni prediligono hotel con servizi mirati utili per alleviare i genitori nella gestione di un bambino piccolo oppure si indirizzano verso il residence che risulta apprezzato perché più economico dell'hotel ma meno "riposante" per i genitori. Se hanno bimbi piccoli ma non piccolissimi diciamo tra i 5 ed i 12 anni, prediligono l'hotel specializzato per le famiglie o il villaggio, in quanto possono contare non solo sui servizi mirati per l'accoglienza e la cura dei bambini ma anche su un team di personale dedicato ai bambini che li intrattiene e li facilita nella possibilità di fare nuove amicizie. A partire da tutta una serie di rilevazioni effettuate sulla domanda tramite panel e focus group abbiamo messo a fuoco i bisogni delle famiglie italiane in riferimento alle strutture ricettive ed abbiamo cominciato a mappare il territorio con l'obiettivo di rilevare le strutture family in Italia. Preso atto che vi era la massa critica necessaria a creare un portale, ovvero un luogo nel web ove fosse possibile trovarle facilmente, le abbiamo contattate ed abbiamo avviato con loro un rapporto di collaborazione finalizzato a fornire a dette strutture visibilità nel web.

[www.bimboinviaggio.com](http://www.bimboinviaggio.com) ha come mission offrire ai genitori italiani la possibilità di trovare facilmente nel web una raccolta di

strutture ricettive quali family hotel, villaggi, campeggi e agriturismi, dichiaratamente specializzati nell'accoglienza delle famiglie con bambini e ragazzi. Il portale raccoglie più di 300 fra alberghi, villaggi, campeggi e agriturismo, sia in Italia che all'Estero, attrezzati per soddisfare le esigenze delle famiglie con bambini e ragazzi.

Negli alberghi selezionati da bimboinviaggio scaldare una pappa, preparare un biberon, trovare al ristorante brodi vegetali, pastine e carni bianche per i menu dei piccoli non è un problema, lettini e fasciatoi non mancano mai, molte strutture dispongono di attrezzatissimi miniclub, piscine indoor e outdoor, intrattenimento e animazione con giochi all'aperto e tantissimo sport per i più grandi. Tutte queste attenzioni sono offerte con l'obiettivo di far divertire i figli di varie età e dare un po' di libertà ai genitori.

Nella realizzazione grafica del portale abbiamo cercato di dare priorità alla facilità ed all'immediatezza nella consultazione, il cliente può scegliere il paese e la regione secondo la propria preferenza per una destinazione montana, marina, di campagna. In ciascuna regione si trova un numero interessante di strutture ricettive, le sezioni parchi e musei

completano le informazioni con spunti e idee su cosa fare nella località prescelta.

Dal 2010 [www.bimboinviaggio.com](http://www.bimboinviaggio.com) è stato registrato presso il Tribunale di Firenze come rivista online approvata dall'Ordine dei Giornalisti e offre alle famiglie articoli, recensioni e reportage sulle destinazioni adatte ad essere visitate con i bimbi ed i ragazzi. Tutti gli articoli sono redatti da giornalisti professionisti per garantire qualità e sicurezza delle informazioni.

Il portale al 31 dicembre 2016 ha 288.000 visite mensili per un totale di 3.456.000 visite annuali e 1.350.000 pagine visitate al mese per un totale di 16.200.000 pagine visitate all'anno.

Il portale comprende anche un Blog che informa capillarmente sugli eventi presenti sul territorio italiano dedicati alle famiglie, una pagina Facebook seguita da oltre 42.000 fan. I clienti inviano la loro richiesta alla struttura prescelta e nel giro di 24 ore ricevono risposta dalla struttura stessa con le disponibilità ed il preventivo; due volte a settimana gli utenti iscritti al servizio newsletter ricevono gratuitamente una DEM "Bimboinviaggio Informa" che propone le offerte, i pacchetti scontati e tutte le opportunità che via via le strutture mettono a punto per i genitori e le



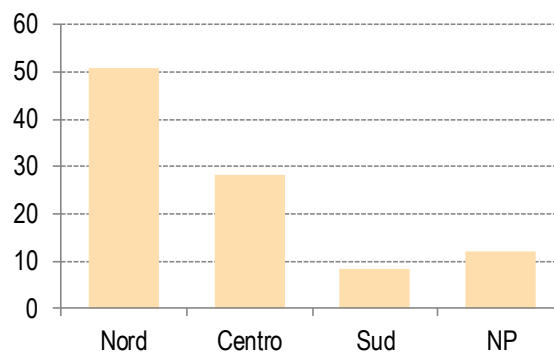
famiglie che amano organizzare le vacanze in piena libertà e autonomia.

Il portale ha un alto tasso di fidelizzazione e il grado di interazione con il pubblico di riferimento è molto buono. Nel 2016 è stato somministrato ai genitori iscritti al servizio newsletter un questionario conoscitivo volto a capire attese e desiderata delle famiglie in merito alle vacanze ed alle strutture ricettive ed i risultati sono stati interessanti. Il campione era di 80.000 genitori e vi è stato un tasso di risposta del 14%.

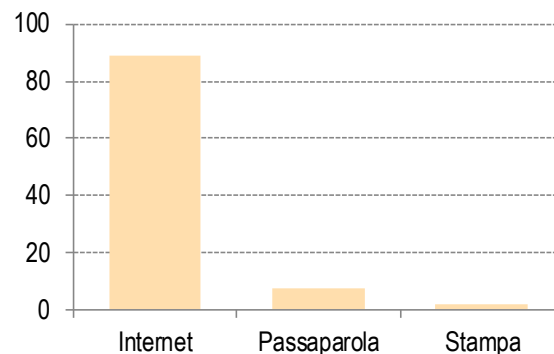
Il questionario somministrato ha dato sia un feedback di alcuni elementi relativi al servizio erogato dal portale, sia dei riscontri in merito alle attese dei genitori rispetto alle destinazioni ed alle strutture ricettive e crediamo che questi dati possano e debbano essere tenuti in considerazione da quanti, in ambito turistico, intendano focalizzarsi sul target delle famiglie, ovviamente noi abbiamo indagato solo alcuni elementi ma dato che in Italia ci sembra che questo segmento non sia ancora del tutto soddisfatto è importante cominciare a fare una riflessione di marketing sui desiderata dei genitori e sui bisogni dei bambini. Vediamo insieme quanto è emerso dal questionario.

## **Vacanze con la famiglia: i fattori che influiscono sulle scelte dei genitori in merito ad hotel e destinazioni**

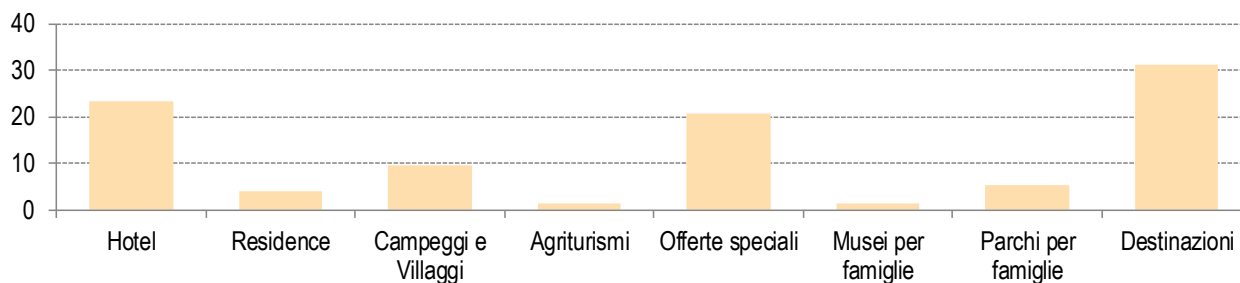
**Graf. 1** - *Distribuzione clienti di Bimboinviaggio.com*



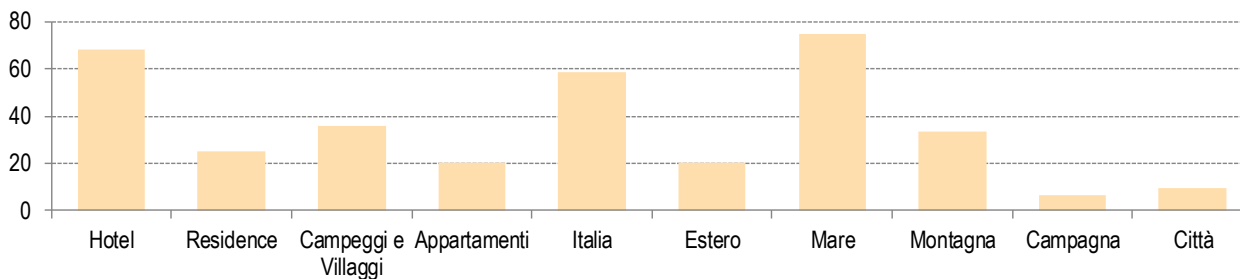
**Graf. 2** - *Come ha conosciuto il portale?*



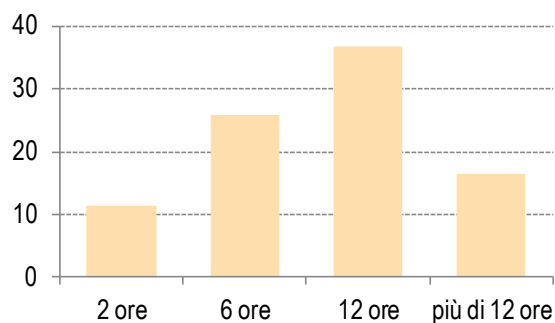
**Graf. 3 - Quale sezione di Bimboinviaggio.com trova di maggiore utilità?**



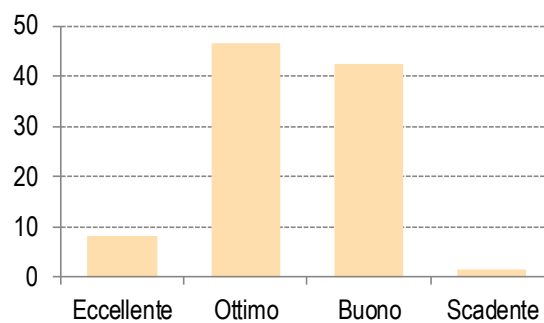
**Graf. 4 - Per le sue vacanze preferisce:**



**Graf. 5 - Quando invia una richiesta di preventivo in quanto tempo riceve una risposta?**

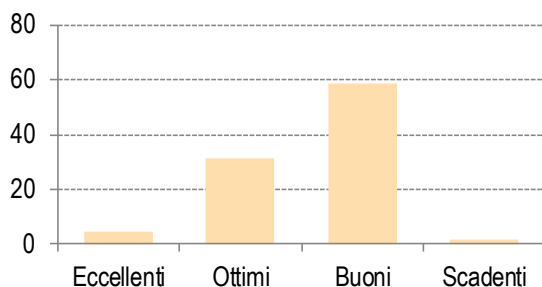


**Graf. 6 - Come reputa il servizio informativo di Bimboinviaggio.com?**



Nota: dati derivanti dagli utenti del portale.

**Graf. 7** - Come reputa i pacchetti degli hotel che promuoviamo tramite newsletter?

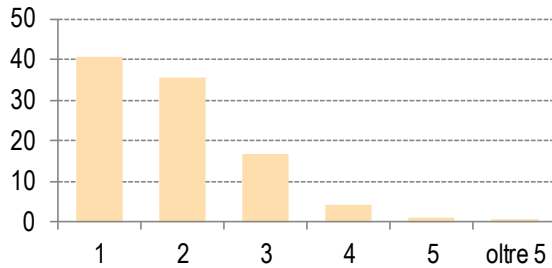


Come emerge da questi primi grafici il campione intervistato è più concentrato al centro nord ed infatti anche le richieste che transitano attraverso il portale provengono per l'80% da genitori che risiedono nelle regioni italiane centrali e del nord. La maggior parte dei nostri clienti ci ha conosciuti attraverso internet ed infatti occorre dire che abbiamo investito tanto in procedure per favorire l'indicizzazione organica e siamo molto accorti in termini di SEO; ad esempio i nostri testi sono unici e realizzati esclusivamente per il portale. A tutt'oggi puntiamo a mantenere una posizione di leadership per quel che riguarda la ricerca con alcune parole chiave riferite alle vacanze ed agli hotel per famiglie. Con riferimento alla domanda “Quale sezione di Bimboinviaggio.com trova di maggiore

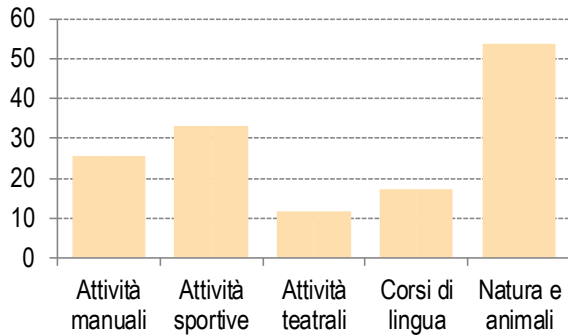
utilità?” i nostri clienti hanno indicato le recensioni sulle destinazioni, le schede hotel e le offerte speciali, ed è quello che ci aspettavamo visto che sono anche i temi prioritari e che curiamo particolarmente; sono il *core* del servizio informativo che vogliamo offrire alle famiglie e siamo contenti che ciò coincida con l'aspettativa del nostro target. In termini di destinazioni il nostro target di famiglie predilige il mare, con una sensibile preferenza per il mare delle coste italiane e, a livello di soluzione abitativa, predilige l'hotel. Questo dato è molto importante e, per un commento più approfondito, lo riprenderemo nelle conclusioni.

Gli alberghi risultano abbastanza solerti nelle risposte al cliente: inviano il preventivo entro 12 ore dal ricevimento della richiesta. I pacchetti e le offerte speciali vengono ritenuti più che soddisfacenti dai nostri clienti, in genere si tratta di pacchetti con prezzi agevolati per i bambini e qualche volta centrati su attività specifiche da fare con i bambini, quali corsi, laboratori, sport.

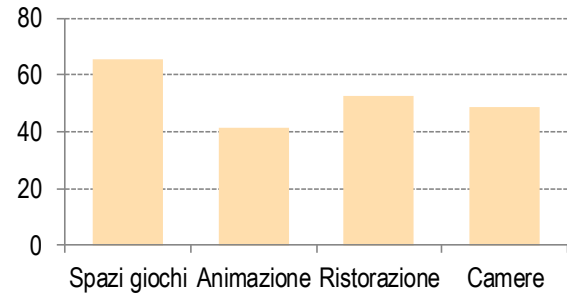
**Graf. 8** - *Quante vacanze fa insieme alla sua famiglia in un anno?*



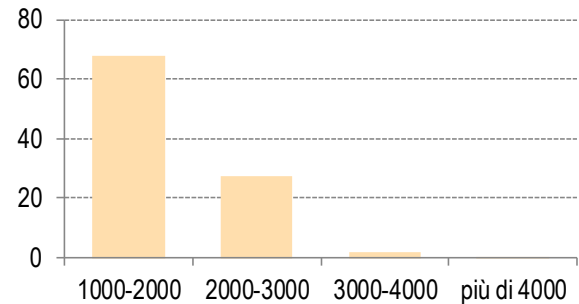
**Graf. 9** - *Che attività vorrebbe che i suoi figli facessero in vacanza?*



**Graf. 10** - *In un hotel per famiglie che importanza dà ai seguenti servizi: spazio giochi, animazione, camere, ristorazione?*



**Graf. 11** - *Quanto è disposto a spendere per una vacanza di una settimana?*



Nota: dati derivanti dagli utenti del portale.

### *Cosa cerca in un hotel per famiglie?*

- Sicurezza fisica;
- Un albergo gradevole dove trascorrere molto tempo;
- Una cucina sana e buona;
- Una buona sistemazione ricettiva;
- Personale competente e preparato nell'accudimento dei bambini;
- Compagnia adatta per i figli (socializzazione);
- La possibilità di fare nuove conoscenze/amicizie;
- Esperienze da condividere insieme ai figli in ambiti sicuri;
- Learning e laboratori con attività manuali;
- Apprendimento lingue.

I genitori dichiarano di fare in media 2 vacanze in un anno e non mostrano di avere un'alta propensione alla spesa, del resto sappiamo che le famiglie italiane negli ultimi anni si sono trovate ad affrontare vari sacrifici per cui è forte la tendenza a non eccedere nelle spese voluttuarie. Risultano vincenti le formule che prevedono sconti ed agevolazioni; abbiamo notato, tuttavia, che laddove l'hotel presenta un'offerta ricca e stimolante in termini di attività da far fare ai bambini o da fare con i bambini, i genitori sono disposti a spendere un pochino in più. Il prezzo non deve essere

pertanto l'unica variabile da tenere in conto se si vuole fare marketing turistico per le famiglie. Alla domanda “Che attività vorrebbe che i suoi figli facessero in vacanza?” la maggior parte degli intervistati ha indicato attività a contatto con la natura e con gli animali. Questa risposta è molto importante ed indica quanto le famiglie, in particolare quelle che vivono nelle città, sentano la carenza di vita all'aria aperta, di giochi in libertà, di presa di contatto con la natura e con gli animali; oggi questi bisogni sono davvero molto forti, i ragazzi passano tante ore al chiuso delle aule scolastiche e purtroppo tantissime ore con i vari giochi tecnologici, telefonini, iPad, playstation, etc. Alla fine loro stessi sono i primi a sentire un'esigenza di libertà ma spesso non sanno come fare per soddisfare questo bisogno, ecco allora che le offerte studiate dall'hotel mirate a far conoscere la natura risultano particolarmente gradite. I Familienhotels, 25 hotel altoatesini consorziati dalla Provincia di Bolzano, per esempio, hanno attivato tre percorsi nella natura:

- I Miniclub Esplora Natura per piccoli esploratori da 3 a 6 anni;
- I Juniorclub Esplora Natura per grandi avventurieri da 7 a 12 anni;
- I Detective Natura sempre per ragazzi da 7 a 12 anni.

In maniera coordinata decidono di anno in anno dei temi di approfondimento, per esempio il bosco, gli animali, il cibo, etc. e ciascun hotel sviluppa un programma di intrattenimento/gioco/apprendimento per far avvicinare i bimbi/ragazzi alla natura e ad alcuni suoi aspetti. Molti di questi hotel sono presenti su [www.bimboinviaggio.com](http://www.bimboinviaggio.com) e possiamo confermare che i genitori apprezzano molto queste iniziative e, in virtù di ciò, sono anche disposti a spendere un po' di più per la vacanza.

Per quanto riguarda i servizi che i genitori apprezzano ha molta importanza anche lo spazio giochi che non deve però essere un luogo secondario, di risulta, per così dire. In un vero hotel per famiglie lo spazio giochi è il cuore di tutto l'hotel, non deve essere un parcheggio dove i genitori possono disfarsi per un po' dei figli, deve invece rappresentare un luogo dove fare esperienze importanti, conoscere altri bimbi, socializzare; per ottenere questo risultato deve essere espressione della volontà del proprietario di volersi dedicare alle famiglie. Se diamo un'occhiata agli elementi che le famiglie cercano in un family hotel degno di questo nome vediamo che la sicurezza è al primo

posto e che la gradevolezza e la qualità degli ambienti sono gli elementi dominanti.

#### **4. Conclusioni**

Da questa breve analisi appare chiaro che i gusti e le abitudini delle famiglie italiane sono molto cambiati nel tempo così come è cambiata la società.

Possiamo affermare che le famiglie con bambini si spostano di più di una volta, il viaggio, l'esperienza del viaggio è il nuovo status symbol, i genitori, anche quelli con bambini piccoli, amano fare nuove esperienze, conoscere posti nuovi, anche geograficamente lontani, amano entrare in contatto con nuove culture.

I nuovi genitori viaggiano molto, grazie all'evoluzione del trasporto aereo: con le low cost spostarsi in aereo è più facile e conveniente di una volta, internet inoltre offre la possibilità di prenotare facilmente hotel, case, residence, etc. ed offre la possibilità di informarsi dettagliatamente sulla destinazione che si vuole visitare.

Parlando di hotel i genitori si aspettano un elevato grado di specializzazione e amano gli hotel che, con coraggio e determinazione, hanno scelto di specializzarsi davvero sul target famiglie; gli ibridi, ovvero quegli hotel che si rivolgono "anche" alla famiglia non

sono in cima alla lista dei desideri. I genitori apprezzano la sicurezza degli ambienti, la pulizia, la grandezza e la luminosità degli spazi dedicati ai bimbi, la genuinità del cibo, la competenza e la professionalità del personale preposto all'accudimento dei bimbi, in altre parole apprezzano la specializzazione e la qualità; se questo è garantito il prezzo passa in seconda posizione.

In Italia negli ultimi dieci anni sono cambiate molte cose, l'attenzione verso le famiglie è aumentata ma non sono ancora molte le realtà alberghiere che hanno intrapreso una strategia di specializzazione reale, noi stimiamo che vi siano non più di 3.000 strutture chiaramente dedicate alle famiglie, se si pensa che in Italia sono presenti 30.000 alberghi le possibilità di crescita e di sviluppo di questo tipo di prodotto sono ampie. Del resto in tutti i settori si è visto che l'approccio generalista ha i suoi rischi

mentre la specializzazione, se perseguita con volontà e competenza, paga.

Noi crediamo che a partire dal fatto che la domanda apprezza e ricerca la specializzazione, si possano aprire molte strade sia a livello di strutture che potrebbero trovare conveniente specializzarsi, sia a livello di supporti di comunicazione on line ma anche off line. Noi abbiamo investito in questa direzione e il mercato ha risposto positivamente e oggi stiamo attivando anche un piccolo centro di studio e analisi per indagare meglio la domanda delle famiglie in relazione alle vacanze cosicché gli attori del macro settore del turismo che vogliono acquisire qualche strumento in più possano trovare in [www.bimboinviaggio.com](http://www.bimboinviaggio.com) un primo possibile interlocutore per ulteriori approfondimenti.

Tutti gli articoli dal 2001 ad oggi  
de “le pagine di Risposte Turismo”  
sono disponibili on-line  
nella sezione dedicata del sito  
[www.risposteturismo.it](http://www.risposteturismo.it)



**Risposte Turismo s.r.l.**

Giudecca 624 | 30133 Venezia

tel. +390413093260 | fax. +390418520077

[www.risposteturismo.it](http://www.risposteturismo.it) | [info@risposteturismo.it](mailto:info@risposteturismo.it)