

Fare buon viso a cattivo tempo

Gli intrecci tra meteo e turismo sono diventati fondamentali negli spostamenti per viaggi domestici weekend o short break e gli albergatori devono fare i conti con turisti sempre più attenti alle previsioni del tempo

✦ a cura di Tiziana Conte

Le previsioni meteo fanno bene al turismo. Parola di Colonnello, quello reso famoso dal piccolo schermo, **Mario Giuliacci** (foto). «Incoraggiano i viaggi più di quanto li sconsiglino e oggi sono molto attendibili anche a cinque giorni», ci dice, precisando che quelle del lunedì per il weekend, sono esatte nel 90% dei casi, mentre venti anni fa le probabilità di successo erano del 65%. Oggi, le previsioni giocano un ruolo fondamentale negli spostamenti del turismo domestico dei weekend o short break se consideriamo che l'80% dei viaggiatori italiani si informa prima di mettersi in viaggio o prenotare un soggiorno. È chiaro, quindi, che i siti meteo e i meteorologi che stanno dietro, influenzano in maniera quasi determinante i flussi turistici, prevedendo una media di 80-90 giorni all'anno di pioggia, contro i 280-270 giorni di bel tempo nel Belpaese. Da una decina di anni il meteo è disponibile online e siamo la nazione con più



portali al mondo, trecento di cui 50 fanno previsioni ma, come avverte Giuliacci, «solo una decina di questi si avvale di veri professionisti, ovvero laureati in fisica che abbiano fatto un corso di specializzazione, come quelli attendibili di Aeronautica, delle Arpat (agenzie regionali di prevenzioni ambientali), di meteo.it di Epson o del neonato meteogiuliacci.it curato, oltre che dal Colonnello, dal socio laureato anche lui in fisica. Fondamenta-



le, quindi, «consultare i siti realizzati da professionisti, altrimenti non ci si può lamentare se le previsioni sono errate», ammonisce Giuliacci.

Le strategie di marketing

Di turismo e meteo se ne è parlato nel panel “Piove, madonna come piove... guarda come viene giù” presentato alla scorsa edizione di Bto da **Robert Piattelli** (a destra), co-founder e presidente BTO Educational, che in quell’occasione aveva sottolineato l’intreccio ormai indissolubile tra meteo e scelta della destinazione turistica (per un fine settimana o per gli short break) ma anche nuovi sviluppi di marketing ad esso associato e con una premessa, l’importanza della linguistica. Perché chi opera nel turismo non può fare confusione fra clima, ovvero quelle condizioni medie che si dispongono su un’area, sulla base di osservazione annuale di minimo trent’anni, e tempo, da inten-



dersi come quelle condizioni reali osservate in un certo giorno, in un certo istante. Quindi previsioni del tempo e non del clima. Ed un operatore turistico così co-

I meteorologi influenzano i flussi turistici prevedendo una media di 80-90 giorni all'anno di pioggia





La webcam collegata a stazioni meteo può essere una strategia di marketing efficace per attrarre turisti

me un agente di viaggi ha il dovere di informarsi sul clima della destinazione scelta dal cliente per evitare di rovinargli la vacanza. Non avrebbe senso, infatti, mandare qualcuno alle Maldive in agosto, mese soggetto a piogge e tempeste tropicali. Certo, tutto poi può accadere, come è successo alla sottoscritta che tanti anni fa si è recata in vacanza alle Seychelles ed ha trovato dieci giorni di splendido sole a dicembre, ma non accadeva da 30 anni. Trarre vantaggio dalle previsioni meteo si può utilizzando le giuste strategie di marketing. Quando sono positive, gli albergatori le possono condividere sui loro canali social, nel caso contrario, invece, è possibile, per esempio, disinnescare la negatività della pioggia annunciata, con sconti e tariffe speciali che invogliano a partire. Roberto Piattelli ha sottolineato che «anche le destinazioni turistiche dovrebbero

“sfruttare” di più il marketing enfatizzando per esempio le temperature ottimali per attirare visitatori». Purtroppo accade molte volte che le previsioni meteo appaiano come degli avvisi di imminente calamità e spesso falsi allarmismi diffusi dai media danneggiano soprattutto le località turistiche, ma oggi grazie alle nuove tecnologie e ai social network si può cercare di arginare il danno utilizzando e veicolando sulla rete, immagini e filmati che dimostrano il contrario.

Webcam e stazioni meteo

Arturo Salerno, consulente e formatore in web marketing turistico e hotel internet marketing, nel Blog di Web Marketing Turistico Giorgiotave.it, sottolinea quanto una webcam con una stazione meteo in tempo reale, che scatti delle immagini, possa essere strumento potentissimo per fare marketing turistico. «Immaginate cosa può suscitare un'immagine in tempo reale di una forte nevicata, a chi è appassionato di sport invernali, o il forte vento che increspa il mare a chi è appassionato di windsurf, kitesurf», sottolinea. Le webcam e le stazioni meteo possono, quindi, essere una strategia molto efficace, poiché, spiega, «creano interesse nel visualizzare la propria pagina web con grande frequenza (*brand awareness*), creano inconsciamente un'associazione tra immagini scattate e voglia di vedere in futuro, dal vivo, quel luogo (*bisogno latente*) e creano condizioni utilissime per fare promozione incrociata, spontanea e allargata (*cross marketing*). Salerno suggerisce, poi, come ottenere link e visibilità con webcam e stazioni meteo in cinque distinte fasi e cita anche i costi. «Attuando questa strategia», spiega, «si possono ottenere ottimi risultati usando un approccio strategico diverso dal classico modo di fare turismo online, valorizzando la località e chi eroga un servizio di indubbia qualità per gli utenti». Poi rimanda, come esempio, ad alcuni siti fra cui www.latonnara.it/webcam-amantea, dove la webcam, che si aggiorna ogni 15 minuti, oltre a consentire di vedere l'Isola di Stromboli, nelle giornate più limpide, testimonia la vicinanza della struttura al mare e la sua spiaggia privata. E conclude: «Vi meravigliate nel vedere dove andrà a finire il link della vostra webcam». ■



“Io faccio il mio dovere verso il futuro, che il futuro faccia il suo dovere verso di me”

**(Fernando Pessoa,
il Banchiere anarchico)**