

# ACCOGLIENZA E PROMOZIONE TURISTICA

## Focus su Russia, Azerbaijan e Kazakistan

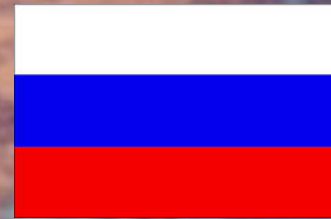


### Seminario

## Accoglienza e Promozione turistica. Focus su Russia, Azerbaijan e Kazakistan.

# Profilo dei turisti RUSSI e tipologie di turismi

## Parte II



## Profilo dei turisti RUSSI e tipologie di turismi



«Turista» russo tipico e ritenuto ideale

BUSINESS (ricchi manager e professionisti)

LOCALITA E HOTEL ESCLUSIVI

città d'arte, mare, montagna in hotel di altissima gamma

SHOPPING SFRENATO\*



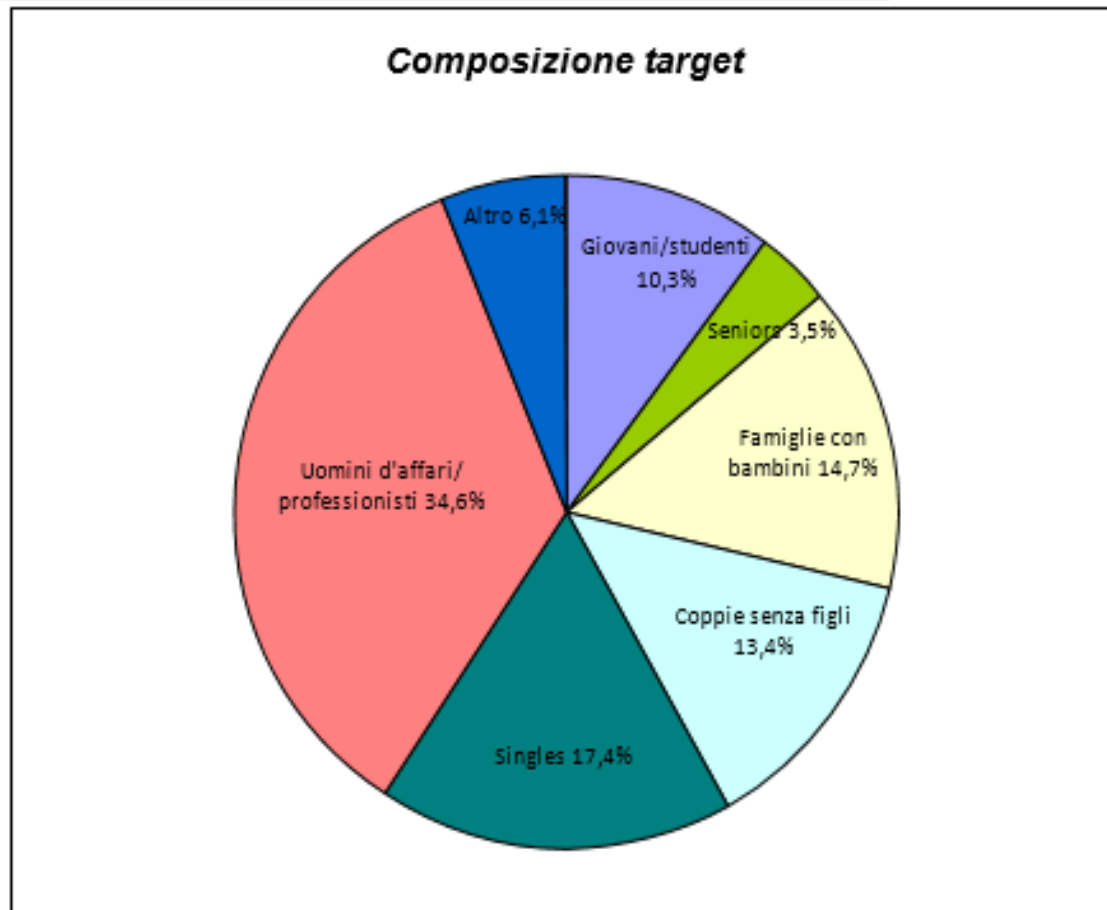
\* Per il turista russo fare shopping è importante e discriminante indipendentemente dalla disponibilità economica

In proporzione rispetto alla sua vacanza e al suo budget, in media un turista russo vuole destinare il 30% del suo tempo allo shopping

# Profilo dei turisti RUSSI e tipologie di turismi

## IN TOSCANA

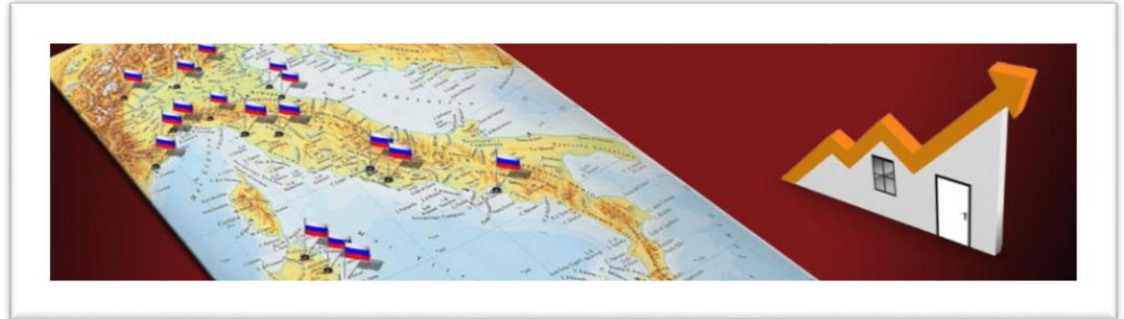
Profilo del turista per singola tipologia di consumatore



## Profilo dei turisti RUSSI e tipologie di turismi

### I Russi sono *repeaters*

L'Italia attira e corteggia  
come meta di villeggiatura  
dove tornare



- Per questo c'è un business parallelo degli affitti e di investimenti nel settore immobiliare: soprattutto ville in Sardegna e casali in Toscana.
- Imprenditori, politici e top manager che spendono milioni di euro per residenze esclusive
- Ma anche la classe media che si «accontenta» di una seconda casa nella riviera adriatica o in località simili, che si possono raggiungere in aereo direttamente anche per il long week end: il marito russo lascia la moglie a casa parte il giovedì e rientra la domenica



## Profilo dei turisti RUSSI e tipologie di turismi

MA ATTENZIONE!

Italia meta non solo della classe ricca,  
ma anche della **classe media e di altre tipologie di target**

Non solo miliardari che scelgono Porto Cervo e Forte dei Marmi

E non solo da Mosca e San Pietroburgo,  
ma anche: Ekaterinburg, Krasnodar, Samara e altri centri in Siberia e negli Urali



## Profilo dei turisti RUSSI e tipologie di turismi Nuovi trend



- Famiglie benestanti che si spostano con i viaggi organizzati
- Viaggi low cost studenti
- Figli dei ricchi di 20/30 anni chiamati «golden youth»
- Ricerca di avventura e sport
- Ricerca di luoghi della fede = gruppi parrocchiali di 20/30 persone – pensionati  
Bari (chiesa ortodossa San Nicola), Loreto, Amalfi, Lanciano e Ortona
- Appeal culinario e soprattutto i vini



Y20 Russia 2013 is a youth summit that brings together the brightest young people from the G20 countries

10 Aprile 2014



**Bside**  
PROJECTS  
marketing/sales/events  
[www.bsideprojects.it](http://www.bsideprojects.it)



Barbara M. Fantelli

# Profilo dei turisti RUSSI e tipologie di turismi

## 2013-2014 Anno del Turismo Incrociato italo –russo

Obiettivo dichiarato infatti dell'anno del turismo incrociato italo-russo è  
**far scoprire ai turisti russi l'Italia sconosciuta**

Meta ideale del turismo destagionalizzato

Destinazioni meno note

Siti Unesco e borghi

Città d'arte minori che raccontano secoli di storia, cultura, arte



### MISSION

PROMUOVERE E FAR SCOPRIRE L'ITALIA PER LA SUA OFFERTA  
MULTISETTORIALE E MULTISENSORIALE



# Profilo dei turisti RUSSI e tipologie di turismi

## 2013-2014 Anno del Turismo Incrociato italo –russo

Siamo dunque all'interno di questo momento espressamente dedicato alla valorizzazione di nuove offerte turistiche e di «prodotti» innovativi per il mercato russo

- Wellness
- Avventura e sport
- Enogastronomia di qualità
- Culturale-religioso
- Turismo «sanitario»
- Congressuale



# Profilo dei turisti RUSSI e tipologie di turismi

2013-2014 Anno del Turismo Incrociato italo –russo



Programma che è in pieno svolgimento

- Iniziative culturali: concerti, mostre fotografiche, festival del cinema, presso le Province della Federazione Russa
- Presentazioni turistiche, seminari, workshop B2B a cura Di Enit, Regioni ecc.
- Educational e press tour in Italia, partecipazione alle fiere
- **Sito web dedicato in lingua russa: [www.italiagodturisma.com](http://www.italiagodturisma.com)**
- **Pagine Facebook e Vkontakte**
- **Un nuovo regime di visti/** speciale regime di visti gratuiti. I bambini e gli scolari fino a 16 anni avranno diritto a visti gratuiti. Potranno ottenere visti gratuiti anche coloro che acquisteranno anticipatamente i biglietti per partecipare a una delle manifestazioni organizzate in occasione dell'anno del turismo in Italia.

# ACCOGLIENZA E PROMOZIONE TURISTICA

## Focus su Russia, Azerbaijan e Kazakistan



127  
pagine e  
circa  
1100 foto  
60 video



# ACCOGLIENZA E PROMOZIONE TURISTICA

## Focus su Russia, Azerbaijan e Kazakistan



# ACCOGLIENZA E PROMOZIONE TURISTICA

## Focus su Russia, Azerbaijan e Kazakistan

The screenshot shows a web browser window displaying the website <http://ru.italiagoturisma.com/regioni/toscana/>. The page features a map of Tuscany with red location pins and a list of top 10 destinations. The browser's address bar shows the URL, and the page title is "Год туризма Италия-Росс...". The page content includes a sidebar with social media links (Facebook, Blogger, YouTube), a list of top 10 destinations, a map of Tuscany, and a section titled "Как добраться" (How to get there). The "Как добраться" section includes a sub-section "На самолете:" (By plane:) and a note about international airports in Tuscany. The right sidebar contains a "TWITTER" section with recent tweets and a "НОВОСТНАЯ РАССЫЛКА" (Newsletter) section with a "ПОДПИСАТЬСЯ" (Subscribe) button. The bottom of the page shows a Windows taskbar with various application icons and a system clock indicating 10:36 on 13/03/2014.

**ТОП 10**

- Флоренция
- Сиена
- Пиза
- Пьенца: «идеальный город»
- Сан Джиминьяно
- Национальный парк Мареммы
- Острова Тосканского архипелага
- Апуанские альпы
- Лагуна Орбетелло
- Вал д'Орча

**Как добраться**

**На самолете:**

В Тоскане действуют 2 международных аэропорта — аэропорт Галилео Галилей в Пизе, соединяющий регион

**ПОДПИСАТЬСЯ**

Абруццо  
Апулия  
Базиликата  
Валле д'Аоста  
Венето  
Калабрия  
Кампания  
Лацио  
Лигурия



# Profilo dei turisti RUSSI e tipologie di turismi

## Passione per il Made in Italy

Russi e Cinesi sono i più affezionati al Made In Italy  
Insieme russi e cinesi nel 2013 hanno realizzato quasi la metà (48%)\*  
degli acquisti tax free effettuati in Italia

1° posto indiscusso per i russi  
27% del totale con una spesa media di Euro 649,00

### Dove?

In città = Milano, Roma nella top ten  
Negli outlet = registrano una crescita esponenziale= nel 2013 +34%

### Quando?

In vacanza sempre  
Nei periodo dei saldi, nella settimana tra Capodanno e l'Epifania i turisti russi  
approfittano tantissimo dei saldi

# ACCOGLIENZA E PROMOZIONE TURISTICA

## Focus su Russia, Azerbaijan e Kazakistan



# Profilo dei turisti RUSSI e tipologie di turismo

## Passione per il Made in Italy – moda italiana

Federmodaitalia ha deciso di semplificare gli acquisti ai russi e rendere ancora più attrattiva l'offerta dei prodotti made In Italy

Piccolo dizionario tascabile che è stato chiamato «lo slang della moda», con una serie di parole ed espressioni in varie lingue, tra cui il russo, che è stato proposto ai titolari dei negozi per facilitare la comunicazione con i clienti

E il dizionario si potrà regalare ai clienti, avvicinandoli così alla cultura italiana



*\*Fonte: società di consulenza Global blue*

## **Profilo dei turisti RUSSI e tipologie di turismi**

### **Passione per il Made in Italy – L'olio italiano conquista le tavole russe**

Secondo i dati diffusi dall'ICE, nel 2012 la Russia ha importato 25.205 tonnellate di olio di oliva +147,5% dal 2005

Subito dopo la Spagna l'Italia è la seconda in classifica tra gli esportatori=22% del totale = il nostro export è aumentato del 190,5% dal 2005

I palati più raffinati mostrano sempre più consapevolezza verso la qualità del prodotto made in Italy

Dati Unaprol (consorzio che riunisce 55 produttori olivicoli italiani) = nella lista della spesa dei prodotti italiani in Russia abbiamo

**Vino, Olio, Formaggi**

Sembra che anche il Ministero della salute ne abbia raccomandato l'utilizzo in cucina!

# Profilo dei turisti RUSSI e tipologie di turismi

## Passione per il vino italiano

In Russia l'attenzione ai vini italiani cresce e, di giorno in giorno, aumentano le etichette che i russi vorrebbero vedere nelle enoteche e negli scaffali dei supermercati".

A parlare, confermando di fatto la ricerca di Confagricoltura, diffusa nel corso di Vinitaly 2013, sul trend delle importazioni delle bottiglie italiane nella terra degli zar, è Albert Kolvackh, buyer della catena Azbuka Vkusa, 55 negozi a Mosca, comprese alcune enoteche, e uno a San Pietroburgo.

A bere vino italiano in Russia è il ceto medio-alto che, via via, lo sta affiancando ai vini francesi, - continua Kolvackh che, nella sua visita al Vinitaly, va alla scoperta di etichette particolari. «Sono alla ricerca di piccole produzioni, vini di nicchia che non è facile trovare se non in una fiera di settore»





# Profilo dei turisti RUSSI e tipologie di turismi

## Passione per il vino italiano



### Qual è il vino italiano preferito dai russi?

Non ce n'è uno soltanto. Diciamo che ad essere maggiormente amati sono i grandi vini toscani e piemontesi. Sassicaia e Brunello di Montalcino tra quelli toscani. Un posto d'onore ce l'ha il barolo piemontese. **Più che altro ad affascinare è il nome che richiama luoghi di produzione che sono anche meta di turismo.** Dall'Etna, per esempio, viene il Nerello Mascalese che riscuote un buon interesse.

### C'è un motivo per questa maggiore attenzione dei russi nei confronti dei vini italiani?

Ancora una volta **è il turismo ad avere cambiato la percezione** dei vini italiani tra i russi che, oggi, si muovono molto di più di qualche anno

# Profilo dei turisti RUSSI e tipologie di turismi

## Passione per il vino italiano



Il prezzo medio del vino italiano esportato in Russia è cresciuto nel periodo 2009-2012 del 75 per cento.

Tutto ciò nonostante il calo del 10 per cento dell'esportazione di vino dal Belpaese verso la Federazione, che, nel 2010, ha prodotto un fatturato di 133 milioni di euro..

Questo panorama economico s'innesta in un periodo nel quale i flussi turistici dalla Russia verso l'Italia si incrementano sempre più (+30 per cento nel 2012).

*Per i russi, il cui consumo medio pro capite di vino è di 7 litri all'anno, **bere italiano significa sposare quello stile italiano** che perseguono anche nella moda e a tavola, con il successo dei ristoranti italiani a Mosca e San Pietroburgo.*

# Profilo dei turisti RUSSI e tipologie di turismi

## Sedotti dai borghi italiani

Alcune testimonianze in occasione di un workshop organizzato a dicembre 2013 a Viterbo  
«VisiTuscia» per 11 buyers russi

**Zanna Yanukovich – Tourbureau Moscow (viaggi per vip)**

« la crescita del turismo russo in italia è solo all’inizio. L’aumento del 30% nasconde numeri superiori perché sono sempre tanti quelli che organizzano il viaggio attraverso Internet, senza le agenzie.»

**Maria Lakhtina – agenzia Veresk**

«terminate le vacanze la maggior parte dei nostri clienti dichiara di voler tornare in Italia una seconda e terza volta e quindi dobbiamo pensare a nuove destinazioni»

**Tatiana Fedorova – Rusita Travel**

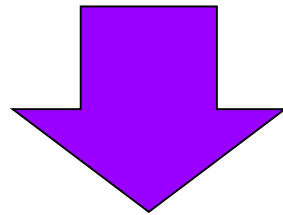
«si tratta di turisti estremamente preparati, per i quali è necessaria la presenza sul posto di servizi personalizzati: visita alla cantina, visita ai frantoi per vedere come si produce l’olio, il corso di cucina e lo shopping, ma è obbligatorio che siano accompagnati da una persona che conosca la lingua russa»

## SPUNTI DI RIFLESSIONE

**Ci sono tanti prodotti turistici che si possono sviluppare ed organizzare meglio in «provincia» piuttosto che in grandi città**

**Margini di crescita alti= Nuovi trend = nuove opportunità= nuovi servizi**

L'ampliamento delle tipologie di target e di «turismi»  
apre la porta a nuove destinazioni – meno conosciute –  
che siano capaci di offrire non solo un bel territorio e buon cibo e made in Italy,  
**ma anche servizi adeguati e una vera e coerente accoglienza**



**ACCOGLIENZA E SERVIZI RUSSIAN FRIENDLY**

ACCOGLIENZA E PROMOZIONE TURISTICA  
Focus su Russia, Azerbaijan e Kazakistan

**Comportamenti di ricerca  
e di acquisto**

**Parte II**



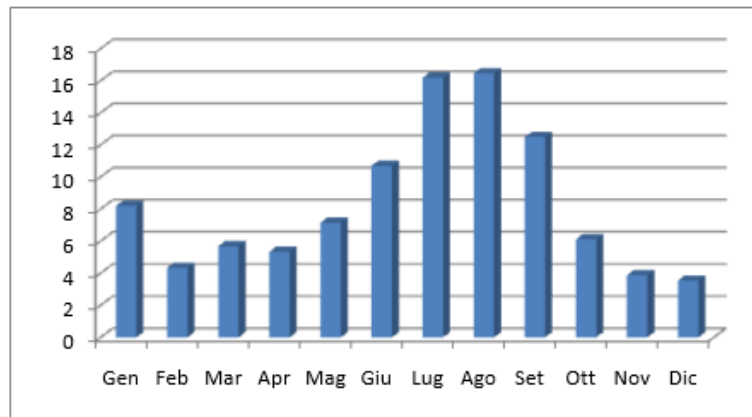


## Comportamento di acquisto e ricerca

### Quando vanno in vacanza e la durata

- I russi hanno una media di 40 giorni di ferie all'anno
- I periodi che generalmente dedicano alle vacanze sono:
  - Stagione invernale tra 31 dicembre e 9 gennaio (Natale Ortodosso tra il 6/9 gennaio)
  - Dal 1 al 9 di maggio (Festa dei lavoratori – 9 maggio Festa della «vittoria»)
  - Lunga pausa estiva per chiusura delle scuole dal 1° giugno al 1° settembre
  - Agosto è il mese in genere più popolare per la vacanza della famiglia

Il turismo russo è piuttosto destagionalizzato, mantenendo una certa costanza durante tutto l'arco dell'anno. I periodi di maggiore affluenza in Italia sono: estate, per soggiorno in località balneari (46,5%); vacanze invernali, specie in località sciistiche (12,5%); vacanze in occasione del periodo di Capodanno e del Natale ortodosso (10,6%); vacanze in occasione delle "festività di maggio" (7%).



Dati Istat

## Comportamento di acquisto e ricerca

### Cosa cercano i russi su internet

- Tra maggio 2012 e maggio 2013  
22.327.680 sono state le ricerche per la keyword «Italia» effettuate dai russi, con una crescita del 64,86% rispetto all'anno prima
- Tra le regioni più cercate:
  - Sicilia – ricercata da 105.563 russi
  - Sardegna - 55.834 ricerche
  - Toscana - 39.846



Fonte: [www.motoridircercarussi.it](http://www.motoridircercarussi.it)

# Comportamento di acquisto e ricerca

## Cosa cercano i russi su internet

Le città più ricercate:

1. Roma – 9.864.942
2. Milano – 5.875.789
3. Venezia – 3.427.357
4. Rimini – 1.651.225
5. Verona – 1,310,732
- 6. Firenze – 1,101,996**
7. Bari – 693.254
8. Sanremo – 581,685
9. Napoli – 573.076
10. Palermo – 541,877

Cultura e shopping,  
località balneari



- Altre mete: Taormina, Terracina, Torino, Trento

Fonte: [www.motoridircercarussi.it](http://www.motoridircercarussi.it)

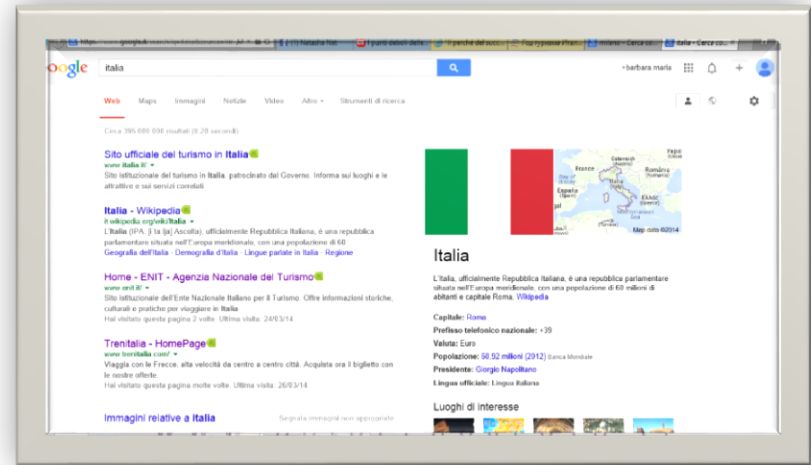
# ACCOGLIENZA E PROMOZIONE TURISTICA

## Focus su Russia, Azerbaijan e Kazakistan

# Comportamento di acquisto e ricerca

## Cosa cercano i russi su internet

- Focus esempio mese marzo 2013
  - 2,4 milioni di ricerche totali
  - 271 parole chiave sul nostro paese, in ordine:
1. ITALIA
  2. TOUR IN ITALIA
  3. VISTO IN ITALIA
  4. VIAGGIO IN ITALIA
  5. ITALIA MATRIMONIO
  6. TOUR LOW COST PER L'ITALIA
  7. APPARTEMANTI IN AFFITTO IN ITALIA



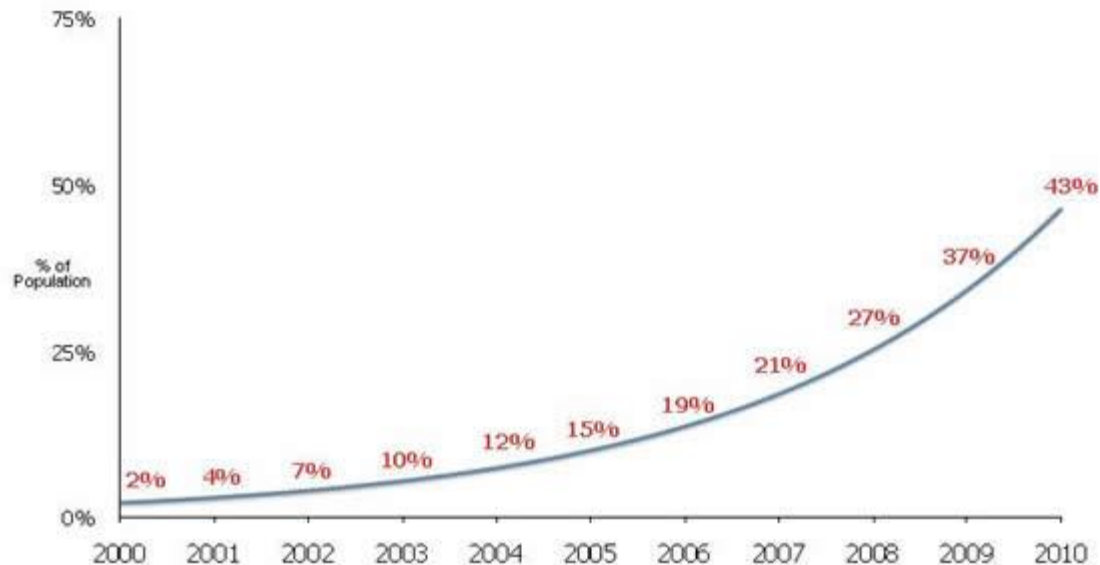
Fonte: [www.motoridircercarussi.it](http://www.motoridircercarussi.it)

## Comportamento di acquisto e ricerca Cosa cercano i russi su internet

- In Russia il web mostra un tasso di crescita molto alto

Internet penetration in Russia = nel 2010 era pari al 43%,  
a fine 2012 era già circa 47%-49%, pari a 68/70 milioni di  
utilizzatori di internet

**Internet Penetration in Russia (2000-2010)**



Una volta online  
spendono su internet lo  
stesso tempo della media  
europea.

Il 90% degli utenti si  
collega da casa e il 25%  
dal posto di lavoro

Fonte: [www.motoridircercarussi.it](http://www.motoridircercarussi.it)



# ACCOGLIENZA E PROMOZIONE TURISTICA

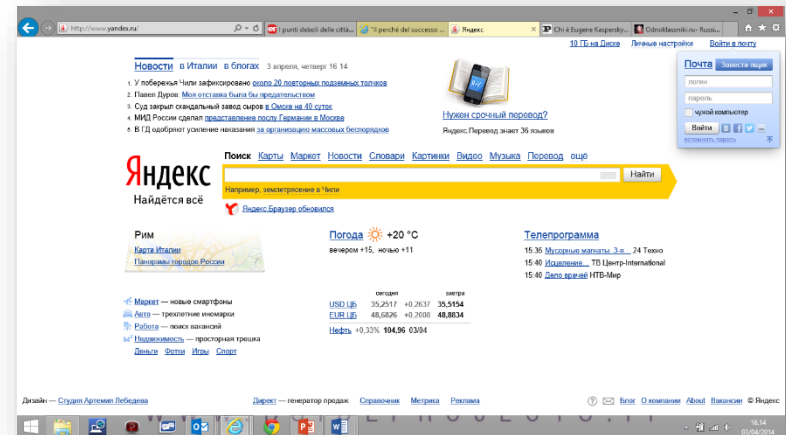
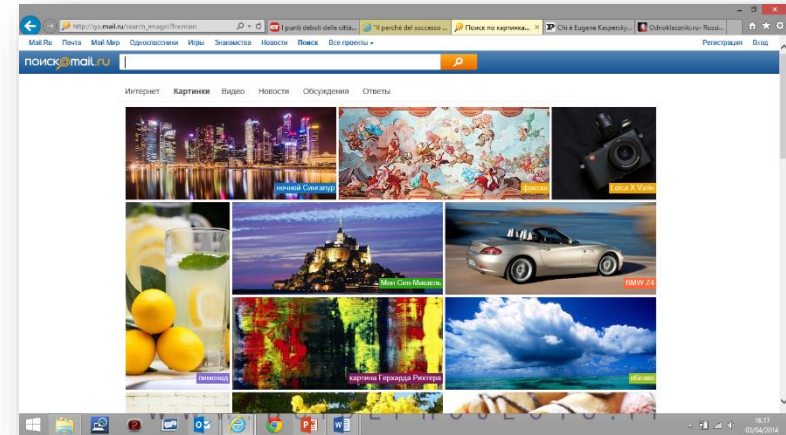
## Focus su Russia, Azerbaijan e Kazakhstan

### Comportamento di acquisto e ricerca

#### Cosa cercano i russi su internet

- I motori di ricerca più utilizzati sono:
  - YANDEX = assorbe il 61,9% del mercato
  - GOOGLE = 25,7%(n.b. i paesi in cui Google non è leader di mercato sono Russia, Cina, Corea e Repubblica Ceca)
- SERACH.MAIL.RU = 8,7%
- RAMBLER ormai ruolo marginale

Fonte: [www.motoridircercarussi.it](http://www.motoridircercarussi.it)



## Comportamento di acquisto e ricerca

### Cosa cercano i russi su internet

- Grande conoscenza della matematica, grande tradizione ingegneristica ed informatica, fanno dei Russi grandi esperti nel campo dell'IT science.
- Molto probabilmente per questo motivo, tutte le maggiori società informatiche del mondo non hanno avuto un grande successo in Russia, lo stesso GOOGLE che in tutta Europa ha quote di mercato intorno al 90% in Russia arriva "solo" intorno al 25%.



Fonte: [www.motoridircercarussi.it](http://www.motoridircercarussi.it)

# ACCOGLIENZA E PROMOZIONE TURISTICA

## Focus su Russia, Azerbaijan e Kazakistan

## Comportamento di acquisto e ricerca

### Cosa cercano i russi su internet

<< mar 13

aprile 2013

la relazione: trasferimenti con motori di ricerca

per giorni | per settimane | per mesi

valore:

medi giornalieri / totale

aprile 2013

marzo 2013

media per 3 mesi

☐ Yandex

97,504,477

61.9%

99,303,886

61.9%

99,270,471

61.9%

☐ Google

40,484,946

25.7%

41,724,058

26.0%

41,629,534

26.0%

☐ Search.Mail.ru

13,725,507

8.7%

13,820,439

8.6%

13,718,546

8.6%

☐ Rambler

2,133,923

1.4%

2,099,089

1.3%

2,120,903

1.3%

☐ Yandex (immagini)

1,145,942

0.7%

1,122,610

0.7%

1,159,758

0.7%

☐ Bing

957,476

0.6%

975,884

0.6%

990,634

0.6%

☐ Google (immagini)

520,555

0.3%

273,623

0.2%

369,388

0.2%

☐ Webalta

371,491

0.2%

374,125

0.2%

390,595

0.2%

☐ Nigma

178,232

0.1%

183,307

0.1%

184,506

0.1%

☐ Conduit.com

135,733

0.1%

158,239

0.1%

173,206

0.1%

☐ Yahoo

124,337

0.1%

127,306

0.1%

124,588

0.1%

☐ QIP.ru

122,568

0.1%

148,179

0.1%

157,108

0.1%

☐ Yandex (blog)

8,269

0.0%

9,573

0.0%

9,875

0.0%

☐ ICQ.com

7,224

0.0%

9,453

0.0%

8,961

0.0%

☐ LiveInternet

4,699

0.0%

4,874

0.0%

4,784

0.0%

☐ Poisk.ru

4,370

0.0%

6,139

0.0%

5,396

0.0%

☐ Metabot

2,457

0.0%

2,523

0.0%

2,499

0.0%

☐ Ukr.net

1,945

0.0%

3,322

0.0%

2,684

0.0%

☐ Meta-Ucraina

1,887

0.0%

3,400

0.0%

2,521

0.0%

☐ Baidu

1,512

0.0%

2,743

0.0%

1,992

0.0%

☐ totale di scelti

154,994,797

98.4%

158,070,085

98.6%

157,899,214

98.5%

☐ totale

157,440,782

160,356,226

160,331,227

Fonte: [www.motoridircercarussi.it](http://www.motoridircercarussi.it)

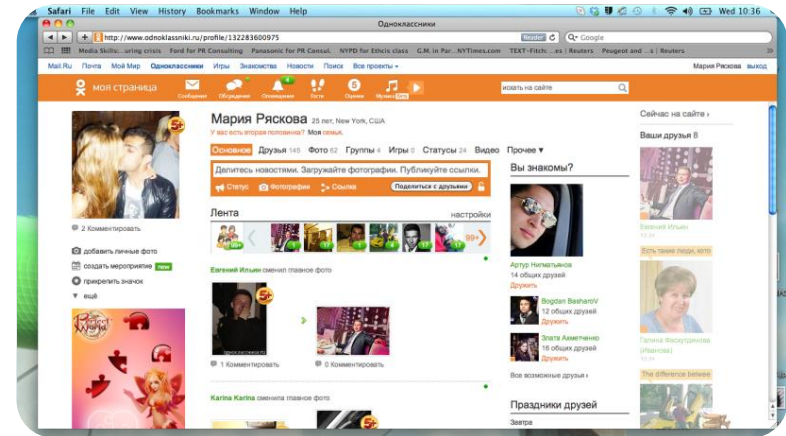
# ACCOGLIENZA E PROMOZIONE TURISTICA

## Focus su Russia, Azerbaijan e Kazakistan

## Comportamento di acquisto e ricerca

### Cosa cercano i russi su internet

- I social network più utilizzati sono:
  - Classmates/Odnoklassniki
  - My World
  - Vkontakte
- Tutti appartenenti al gruppo Mail.ru
- Facebook



- Con una media di 9,8 ore mensili, i russi spendono sulle community più del doppio della media mondiale (4,5 ore)
- Caratteristiche: buona conoscenza dell'informatica
- L'uso ostinato del cirillico
- Scarso utilizzo di pagamenti online – Amazon non c'è in Russia (per problemi legati alle Poste – scarsa rete postale)

Fonte: [www.motoridircercarussi.it](http://www.motoridircercarussi.it)

# ACCOGLIENZA E PROMOZIONE TURISTICA

## Focus su Russia, Azerbaijan e Kazakistan

## Comportamento di acquisto e ricerca

### Cosa cercano i russi su internet

### Social Networking in Russia

Local players dominate social media; Facebook and Twitter doubled in size in 2010

#### Global

	Site	Total Unique Visitors (000)	% Reach
1	Facebook	662,420	50%
2	Windows Live Profile	131,206	10%
3	Twitter	104,995	8%
4	MySpace	79,474	6%
5	LinkedIn	65,775	4%
6	Orkut	52,755	4%
7	Vkontakte	50,517	4%
8	Odnoklassniki	43,241	3%
9	Yahoo! Puls	39,709	3%

#### Russia

	Site	Total Unique Visitors (000)	% Reach
1	VKONTAKTE.RU	32,992	72%
2	Odnoklassniki	27,134	59%
3	Mail.Ru - My World	16,458	36%
4	FACEBOOK.COM	8,668	19%
5	FOTOSTRANA.RU	5,216	11%
6	TWITTER.COM	2,660	6%
7	PRIVET.RU	1,848	4%
8	KRUGUDRUZEI.RU	1,055	2%
9	MOIKRUG.RU	1,000	2%



## Comportamento di acquisto e ricerca

Cosa cercano i russi su internet

Da sapere



### Volete essere protagonisti? Dovete imparare il Cirillico!

- A causa dei vari eventi, storici, sociali e politici che hanno visto protagonista la Russia, il numero di persone che conosce l'inglese in Russia è davvero molto basso, anche tra i giovani ed anche tra professionisti ed imprenditori.
- Per questo quasi tutti i siti Russi sono fatti quasi esclusivamente in cirillico, per questo quasi tutte le ricerche sui motori di ricerca russi sono fatte in cirillico, per questo GOOGLE in Russia non ha avuto lo stesso successo che ha altrove nel mondo.

# Comportamento di acquisto e ricerca

Cosa cercano i russi su internet

Da sapere

## Basso utilizzo dei pagamenti online, ma non per i viaggi

- Per ragioni storiche ed economiche, in Russia la forma di pagamento preferita ed utilizzata quasi esclusivamente sono i contanti (Amazon non esiste in Russia)
- Ma restano fuori da questo ragionamento tutti quei commerci in cui lo spostamento di denaro e/o prodotti (servizi) è limitato al minimo, su tutti il turismo.



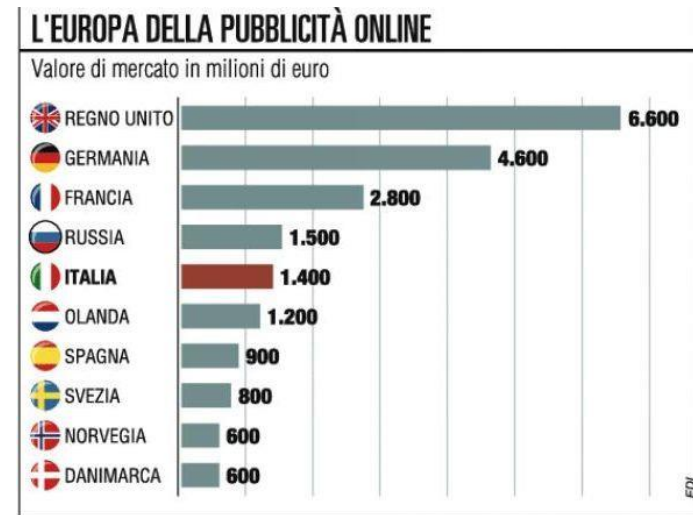
# Comportamento di acquisto e ricerca

## Cosa cercano i russi su internet

### Da sapere

### Trend della pubblicità online

- In un mercato giovane, in forte crescita e con una regolamentazione praticamente inesistente, gli utenti sono bombardati da vagonate di pixel pubblicitari, messaggi spam, finestre pop-up si sprecano, e questo comporta da un lato il bassissimo tasso di click sui banner pubblicitari, dall'altro l'importantissimo posizionamento sui motori di ricerca russi, per una presenza ed una visibilità più "pulita" più professionale, più istituzionale.
- Ad ogni modo, nel 2011 l'investimento pubblicitario su internet è aumentato del 57% rispetto al 2010.



<http://www.lacomunicazioneadv.it/2013/11/25/internet-traina-il-mercato-pubblicitario-italia-piazzata-bene-ma-sorpassata-dalla-russia-quanto-pubblicita-sul-web-attesa-per-il-natale/>

# ACCOGLIENZA E PROMOZIONE TURISTICA

## Focus su Russia, Azerbaijan e Kazakistan

# Comportamento di acquisto e ricerca

Cosa cercano i russi su internet

Da sapere



# Comportamento di acquisto e ricerca

## Cosa cercano i russi su internet

### Da sapere



### Non solo le grandi metropoli

- La penetrazione (ovvero la percentuale di utenti connessi ad internet rispetto al numero di abitanti) è sugli standard dell'Europa Occidentale, a Mosca, a San Pietroburgo e nelle altre città che superano il milione di abitanti.
- Grazie alla disponibilità di internet su rete mobile, e quindi al raggiungimento delle aree rurali più periferiche, si è riusciti a passare in breve tempo da numeri ad una cifra al 32% di penetrazione in queste aree, contro il 42% delle città con oltre i 100.000 abitanti.
- Nel prossimo futuro la Russia avrà il maggior numero di utenti internet in Europa



## Comportamenti in hotel

### Booking habits per gli hotel

I russi sembrano essere last minute bookers visto che secondo l'indagine il 62% prenota 35 gg prima o meno della data del viaggio, solo 11% prenota 90 giorni prima

#### How Russian travellers book their accommodation



Fonte: Russian International Travel Monitor by Hotels.com (indagine che ha coinvolto 2500 hotel di tutto il mondo – giugno 2013)

# ACCOGLIENZA E PROMOZIONE TURISTICA

## Focus su Russia, Azerbaijan e Kazakistan

### Comportamenti in hotel

#### Abitudini di soggiorno in hotel

Average length of stay for Russian travellers



**One night**



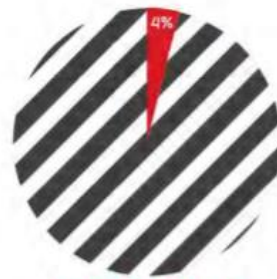
**2-3 nights**



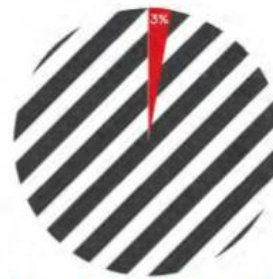
**4-6 nights**



**7-9 nights**



**10-12 nights**



**More than 12 nights**

Fonte: Russian  
International Travel  
Monitor by  
Hotels.com (indagine  
che ha coinvolto  
2500 hotel di tutto il  
mondo – giugno  
2013)

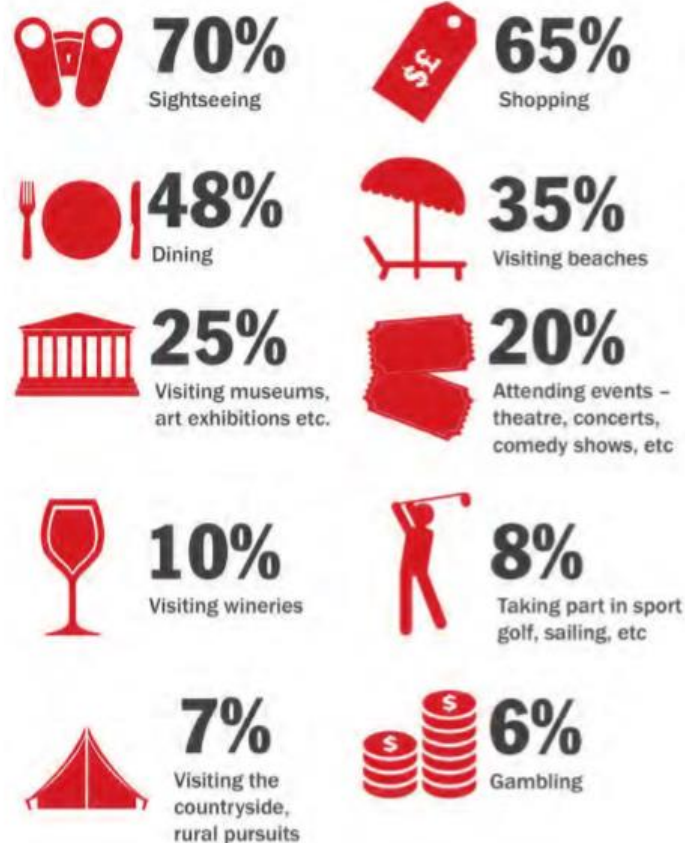
# ACCOGLIENZA E PROMOZIONE TURISTICA

## Focus su Russia, Azerbaijan e Kazakistan

### Comportamenti in hotel

#### Attività che abbinano al soggiorno in hotel

Main activities enquired about when visiting a hotel



Fonte: Russian  
International Travel  
Monitor by  
Hotels.com (indagine  
che ha coinvolto  
2500 hotel di tutto il  
mondo – giugno  
2013)

# ACCOGLIENZA E PROMOZIONE TURISTICA

## Focus su Russia, Azerbaijan e Kazakistan

### Comportamenti in hotel

### Servizi più richiesti e nei quali spendono maggiormente durante il soggiorno in hotel

The hotel services where Russian guests spent most money, according to hoteliers



**56%**  
Restaurant



**50%**  
Hotel bar



**26%**  
Minibar



**24%**  
Wi-Fi



**21%**  
Room service



**15%**  
Spa



**8%**  
Telephone calls



**5%**  
Gym



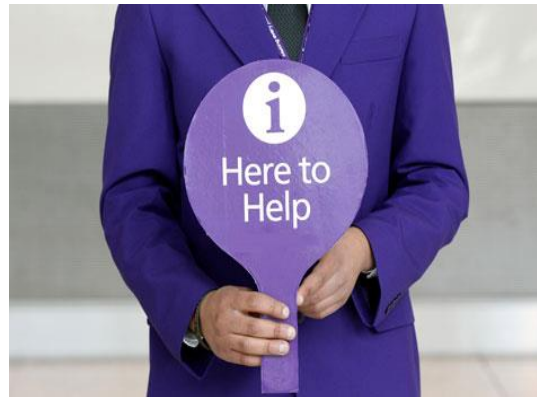
**4%**  
In-room  
entertainment

Fonte: Russian  
International Travel  
Monitor by  
Hotels.com (indagine  
che ha coinvolto  
2500 hotel di tutto il  
mondo – giugno  
2013)

**Barbara M. Fantelli**

ACCOGLIENZA E PROMOZIONE TURISTICA  
Focus su Russia, Azerbaijan e Kazakistan

**Grazie**  
**:-)**



**[barbara.fantelli@bsideprojects.it](mailto:barbara.fantelli@bsideprojects.it)**