

Il Gruppo Iccrea lancia la rete d'impresa del turismo

BANCHE

Le sei aziende partner operano con 7mila alberghi e 4.500 esercenti

Alberto Annicchiarico

Due anni di evoluzione per portare il turismo dalla banca a una rete d'impresa con un network di oltre 10 milioni di utenti. Il Gruppo Bancario Cooperativo Iccrea, forte di una quota di mercato del 10,3% e di un volume di impieghi lordi al 2019 pari a 3,2 miliardi di euro nel 2019, spinge sul suo progetto che mette al centro dati, digitale e formazione al servizio degli albergatori e da "In Tour - Innovative Tourism" lo trasforma in "In Tour Rete d'Impresa". Sei nuovi partner danno all'operazione una dimensione definitivamente nazionale. I partner nel loro insieme offrono già servizi a circa 7 mila alberghi, 4.500 esercenti e a un network costituito da più di 10 milioni di utenti; vantano un fatturato di 21 milioni di euro l'anno (con un Ebitda superiore al 13%) impiegando oltre 400 collaboratori.

Gli altri tasselli importanti dell'operazione sono la partecipazione di RetImpresa - l'agenzia di Confindustria per le aggregazioni e reti di impresa - nel ruolo di advisor,

e l'ingresso a febbraio del gruppo Iccrea nel capitale di HBenchmark, la piattaforma di Data Intelligence che consente agli hotel di formulare il giusto prezzo al momento giusto.

L'analisi dei dati si unisce al primo prodotto del progetto, il CRM (Customer Relationship Management) per il canale hotel, un servizio che nonostante la crisi sanitaria generata dal Coronavirus, ha consentito alle strutture che lo utilizzano di registrare ricavi superiori al 2019 per 14 milioni di euro.

«In questo progetto - commenta Gabriele Nanni, presidente di "In Tour Rete d'Impresa" e responsabile dell'unità operativa sviluppo nuove opportunità commerciali del Gruppo Iccrea - troviamo analisi dei dati, web marketing, turismo esperienziale. Il nostro messaggio è che non siamo qui per prestare soldi ma per unire la parte finanziaria al miglioramento della performance dell'albergo, anche in chiave prospettica».

E infatti, prosegue Nanni, «in cima a tutto c'è la formazione che consente di usare in maniera adeguata il cruscotto per l'analisi dei flussi». In

due anni i pomeriggi di formazione hanno contato 50 tappe, 2500 alberghi, 4100 persone.

Secondo il Gruppo Bancario Cooperativo che riunisce 136 Bcc ed è terzo in Italia per numero di sportelli, non mancano i vantaggi per gli stessi turisti. «Conoscendo per tempo i flussi - conclude Nanni - si può fare la giusta promozione, ad esempio alle cantine dell'entroterra, portando valore a tutto l'indotto».

Prossimo passo: la Fiera sul turismo "TTG" del 14, 15 e 16 ottobre sarà il momento in cui sarà data massima esposizione al progetto ed ai partner per verificare e provare i servizi che tutta la rete ed il Gruppo Iccrea metteranno a disposizione del territorio.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

SEI ATTORI

I partner del progetto

Con GBCI opereranno Titankal, che sviluppa piattaforme web specializzate nel turismo; AlbergatorePro, società di formazione per albergatori professionisti; Valica, siti web (tra cui "Turisti per caso") con soluzioni e servizi per valorizzare il territorio; Snowit, la vacanza in montagna online; NBF, sistemi software per la gestione di campagne marketing; Imola Informatica, società di consulenza IT che tramite una piattaforma d'integrazione, consente la completa digitalizzazione dei territori.



Peso: 12%