



**Il turismo esperienziale:
Strumento di promozione delle
Destinazione di viaggio**







City Sightseeing Edinburgh



OFFICIAL
TOUR OF
EDINBURGH



HORRIBLE
HISTORIES

HORRIBLE HISTORIES

Edinburgh
by Terry Deary



Hop On - 502
Hop Off

Tickets valid 24 hours

EMERGENCY EXIT

LIFT TO OPEN



TURISMO ESPERIENZIALE

Activity Group	Activity Type	Activity Sub-Type
1. Activities and Tours	Tours	Sightseeing tours by land, water and air Cultural tours Shore excursions Walking tour
	Adventure/recreational activities	Riding, land-based and water-based adventure, and sporting activities Hunting/fishing
	Skiing	
	Spa and wellness	
2. Attractions	Amusement parks	
	Museum, zoo or aquarium	
	Cultural/historical attractions	
	Natural attractions (e.g., parks, gardens, reserves)	
3. Events	Performing arts events	
	Spectator sports	
4. Ground Transportation	Pre-arranged shuttles, taxis, transfers; excludes transient taxi	

Source: Phocuswright's 2016

IL TURISMO ESPERIENZIALE

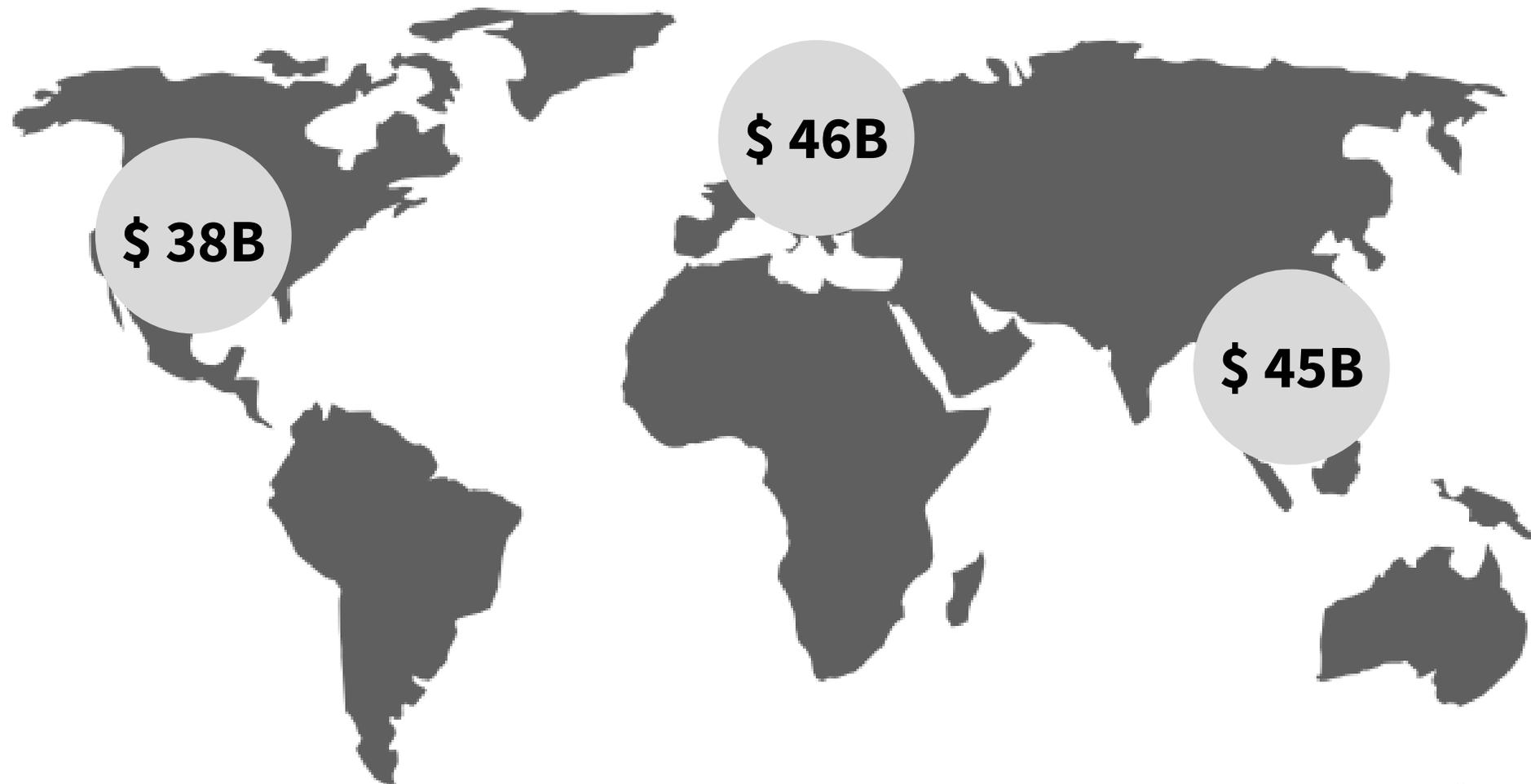
«Tour e attività» non sono
un settore industriale.

IL TURISMO ESPERIENZIALE

Il turismo esperienziale comprende tutto tranne trasporti, vitto e alloggio.

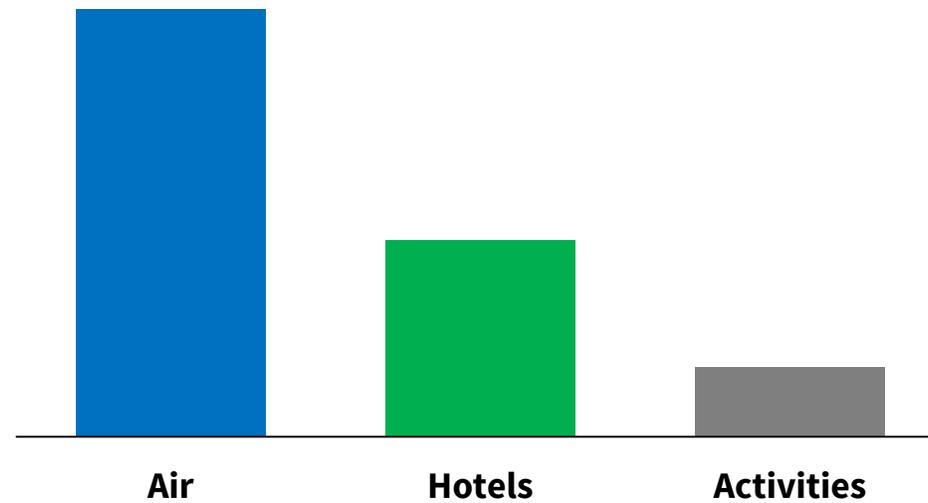
IL MERCATO

TRAVEL ACTIVITIES



IL MERCATO

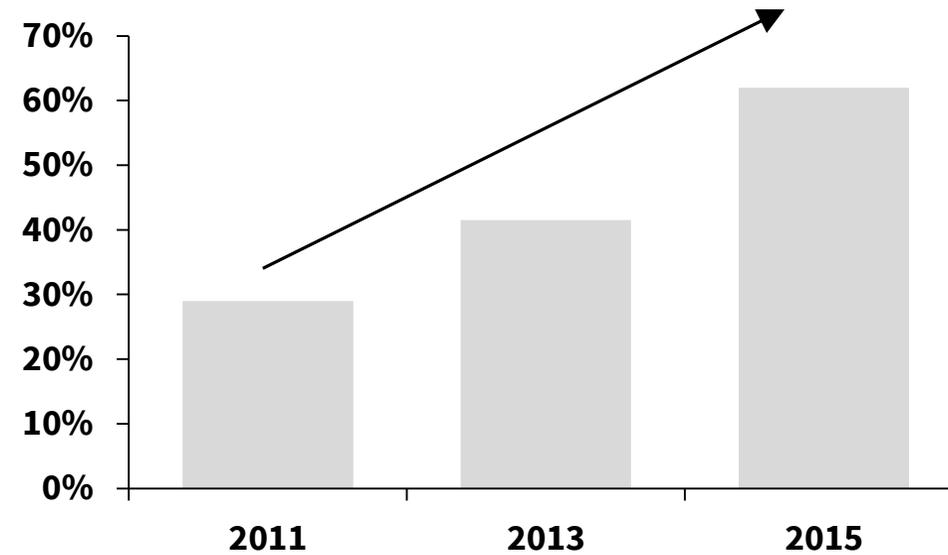
Online penetration (share of activities booked online)



Source: Phocuswright's «When They Get There and Why They Go», May 2016

IL MERCATO

**Percent of U.S. Mobile Travelers Who
Researched Local Activities on Their Phones**



Source: Phocuswright's "Traveler Technology Survey," multiple editions

I PLAYER

Il mercato vede **l'ingresso** in questa fase di **grandi player**:

SOCIETÀ	PERIODO	NOTE
	Luglio 2014	Acquista per \$ 200 mln «Viator»
	2015 2016	Test a Londra («Lastminute experiences») Inizia espansione nel resto d'Europa
	Fine 2015	Avvia partnership con Getyourguide
	Fine 2015 2016	\$ 6,4 mln in pubblicità TV per tour&activities negli USA in 6 settimane Sta sviluppando nuova piattaforma «Local Expert Platform»
	Giugno 2016 Settembre 2016	Avvia test «City Hosts» in alcune città specifiche Acquista marketplace di attività con sede a Barcellona «trip4real»
	Settembre 2016	Rilascia l'app «Google Trips»

IL PROBLEMA

Il maggior problema di queste piattaforme sono i supplier:

- 1. Piccoli**
- 2. Scarsissima attenzione al marketing**
- 3. Poco digitalizzati**

PROBLEMA: PICCOLI



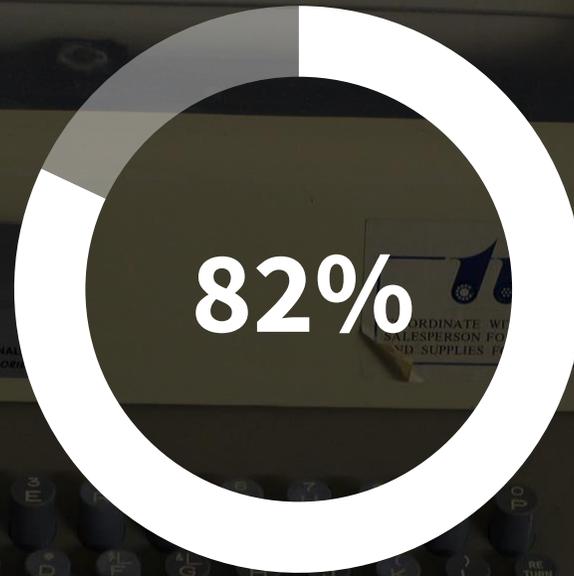
**1 supplier su 3 riporta un fatturato
non superiore a \$ 250.000**

PROBLEMA: SCARSISSIMA ATTENZIONE AL MARKETING

Le descrizioni e le foto sono generiche e non emozionali. I supplier mostrano un generale disinteresse verso le recensioni e non hanno interazioni con i clienti.

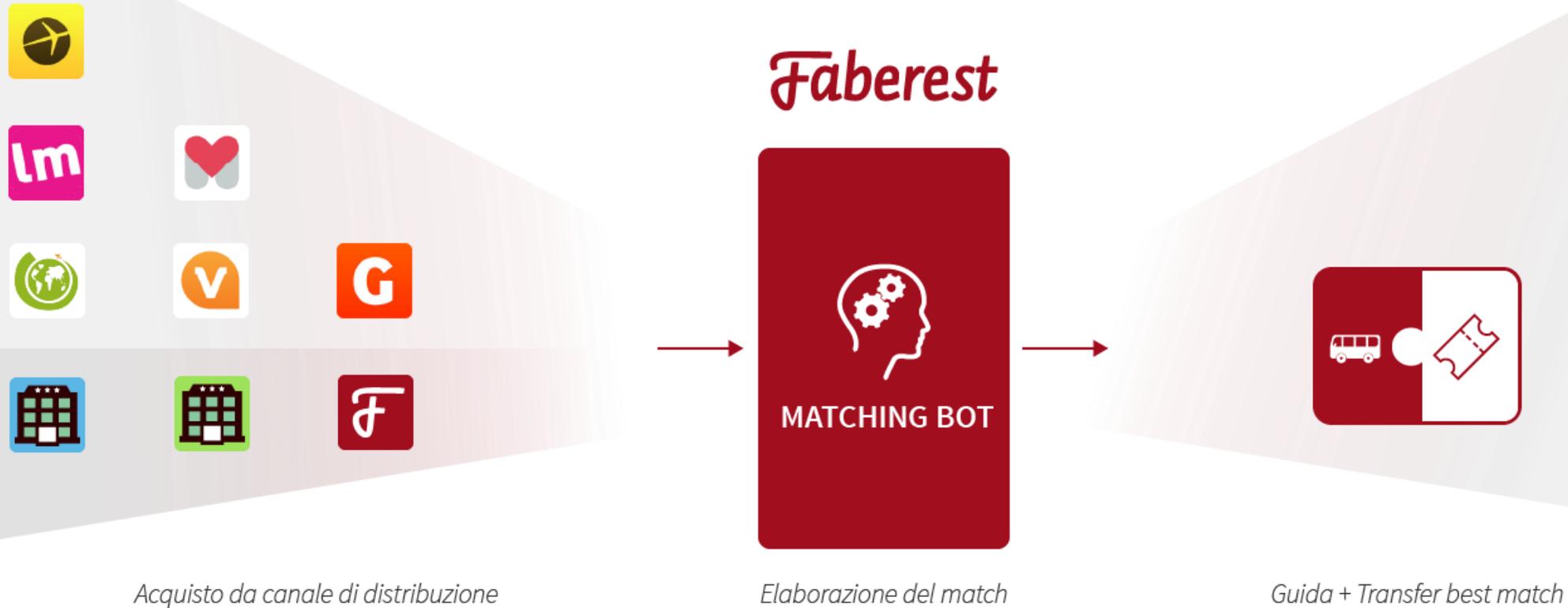
Source: Phocuswright's annual report 2015

PROBLEMA: POCO DIGITALIZZATI



**Gestione manuale delle prenotazioni
(email, telefono, fax)**

LA SOLUZIONE



Faberest è un sistema che **vende tour** tramite diversi **canali di distribuzione** (OTA, hotel, sito proprietario, ...).
Per ogni vendita, grazie ad un **matching bot**, assegna il tour alla **migliore guida locale**.

UN ESEMPIO

1

Il matching bot trova **automaticamente** le **migliori cantine** ed i **migliori transfer** per **massimizzare l'utile** della prenotazione

3

Il matching bot **assegna l'ordine** alla **prima cantina** ed al **primo transfer** che **confermano** la disponibilità

2

Il matching bot invia una **notifica** alle **cantine** ed ai **transfer** chiedendo la **disponibilità**

4

Il matching bot **invia al cliente** le **informazioni** riguardanti il tour



Acquisto

Ricerca fornitori

Richieste di disponibilità

Selezione dei fornitori

Comunicazione al cliente

REVENUE MODEL E CANALI DI VENDITA

PIATTAFORME

Marginalità: 20%



FABEREST.COM

Marginalità: 45%

Faberest

AFFILIAZIONE

Marginalità: 35%



I pacchetti sono venduti ad un prezzo che garantisce un

marginale minimo di 50 €

CLIENTI

Nazionalità



36%



13%



11%



6%

Top 3 Prodotti

1. Amarone wine tasting in Verona
2. Create your Own Wine
3. Parmigiano Reggiano Tour

Key metrics

Carrello Medio: €234

Persone/prenotazione: 3,3

CONTATTI

Marco Morandini



marco@faberest.com

334 95 60 494