

Forbes

*small*giants

IL MAGAZINE DELLE PMI E DELLE STARTUP



ESCLUSIVO
BRUNO CERELLA
DAL BASKET
AL REAL ESTATE

ANDREA DELFINI
FONDATORE E CEO
DI BLASTNESS

L'OSPITALITÀ SI FA SMART

*Dal sistema di prenotazione al pagamento, per un'experience unica
La tecnologia porta vantaggi al benessere di ospiti e addetti ai lavori
E non vale solo per gli alberghi: il caso dell'Udinese Calcio fa scuola*



CANALE DIRETTO

*Senza mediazioni, sul proprio sito web e al miglior prezzo:
così Blastness assiste gli alberghi indipendenti
in una gestione più remunerativa dell'ospitalità*

di Fulvio di Giuseppe

Conta più di 1.000 strutture clienti e da 12 anni è il primo provider di sistemi di distribuzione elettronica per hotel 5 stelle in Italia. Ma non solo: nei soli primi 10 mesi del 2023 ha transato sui propri sistemi prenotazioni per oltre un miliardo di euro. Un caso di successo di travel-tech italiana in un settore che sta attraversando una vera e propria rivoluzione industriale. Tutto questo è Blastness, un'azienda che già venti anni fa aveva intuito le grandi opportunità per il settore alberghiero generate dall'evoluzione dei mercati digitali, che oggi sono più concrete che mai.

Un mercato che ha finora vissuto tre fasi storiche: la prima, in cui la vendita delle camere era affidata in gran parte agli intermediari off line (agenzie di viaggio e tour operator), la seconda dominata dalle cosiddette Ota (Online travel agencies) - come Expedia e Booking.com - che hanno sviluppato per prime la vendita online e introdotto la novità delle tariffe flessibili come evoluzione degli storici listini stagionali; e la terza, quella che stiamo vivendo, che vede un'importante crescita del canale diretto di vendita e che, per la prima volta, permette all'hotel di entrare in diretto contatto con i suoi potenziali clienti a livello globale. Le Ota hanno generato il cosiddetto "effetto billboard", promuovendo il brand dell'hotel online e portando traffico sui siti ufficiali delle strutture ricettive. Anche quando queste, alla fine degli anni '90, non erano pronte e strutturate per sfruttare l'opportunità dell'e-commerce. È in questo contesto che, nel 2004, Andrea Delfini ebbe l'intuizione di fondare Blastness, con la mission di aiutare gli hotel indipendenti a cogliere le due nuove e grandi opportunità di margi-



Blastness oggi conta oltre 140 dipendenti e ha il più grande reparto di esperti di revenue management in Italia



L'era dell'online

Inizialmente la vendita delle camere era affidata agli intermediari offline, poi sono nate le agenzie web. Oggi siamo nella terza fase, dove l'hotel entra in contatto con i suoi potenziali clienti direttamente, senza alcuna mediazione

nalità: la possibilità di vendere direttamente i soggiorni sui siti web e la possibilità di venderli in ogni istante al miglior prezzo accoglibile da parte del mercato, ottimizzando sia l'occupazione sia i ricavi.

Sulla base della visione della grande opportunità per gli hotel e sulla certezza dell'ampio ritorno sull'investimento, nasce la proposta contrattuale di partnership: il costo dei sistemi e dei servizi definiti in un piano di attività condiviso saranno ripagati tramite compensi variabili legati al raggiungimento di obiettivi, altrettanto condivisi, di crescita di fatturato e di marginalità del cliente. Una soluzione che unisce il vantaggio di costo variabile sulle maggiori marginalità alla tutela del costo fisso predeterminato dei sistemi e dei servizi che deve essere coperto nel piano. La mission è nel nome dell'azienda: una parola inventata che è il mix tra il greco antico *blastos* (crescere, far crescere) e l'inglese *business*. "Cercavo un brand nuovo che portasse con sé la mission dell'azienda", spiega Delfini. "È il fatto di non voler essere un costo per i nostri clienti, ma un

partner che li aiuta a migliorare i profitti e che viene ripagato solo con una piccola parte dei loro maggiori guadagni, ha dato a me e a tutto il mio team una grande forza, non solo dal punto di vista commerciale, ma anche etico e morale”. L’approccio di ‘partnership’ consente di avere un punto di vista privilegiato rispetto a quello di un semplice fornitore di tecnologia: “Ogni azione, attività e sistema, su cui noi per primi investiamo, deve essere funzionale al risultato. Non abbiamo alcun interesse a ‘vendere’ tecnologie o servizi che non generino marginalità molto maggiori del costo, semplicemente perché non ci verrebbero ripagati”.

Un approccio tanto vincente quanto rischioso. Ma questa modalità ha consentito all’azienda di acquisire un importante know-how di settore e di distinguersi per piattaforme tecnologiche e per un team di consulenti che affianca gli hotel durante in ogni fase del progetto. Non bastano le tecnologie: è necessaria una operazione di ‘riorientamento culturale’ del personale e del management alberghiero. Cambiano le logiche, cambiano le strategie e devono variare anche i processi e le procedure.

Oggi la realtà guidata da Andrea Delfini conta oltre 140 dipendenti e ha il più grande reparto di esperti di revenue management in Italia. Un team giovane, motivato, appassionato, con elevata competenza e dedizione ai clienti e un attento approccio etico e morale. “Investire in risorse altamente qualificate e con capacità manageriali e valori umani solidi è uno dei fattori determinanti del successo”, rimarca Delfini. “Dobbiamo costruire percorsi di crescita stimolanti ed incentivanti per trattenere ed attrarre profili di eccellenza che possono dare un valido contributo all’operatività ed apportare nuove competenze, idee e sviluppi. Uno dei meriti del successo di Blastness credo che siano i



Andrea Delfini ha fondato Blastness nel 2004 con l'intento di aiutare gli hotel a incrementare le prenotazioni dirette e la revenue



Tutto in mano all'albergatore

Fox Technologies, startup del gruppo Blastness, ha investito in ambito big data e Ia. Il risultato?

Una suite che consente all'hotel di avere una completa lettura dell'andamento del mercato, per intervenire sulle strategie tariffarie e sulla distribuzione

valori etici e morali su cui ho sempre cercato di impostare la filosofia aziendale. Valori verso l'interno nei confronti del team e verso l'esterno nei confronti dei clienti. Comportarsi in modo trasparente, onesto, corretto ed ammettendo gli errori, assumendone le responsabilità, anche quando non è conveniente”.

Lazienda opera anche in modalità di semplice fornitura con il cliente che sceglie i servizi o le piattaforme tecnologiche a seconda delle sue specifiche necessità. La terza linea di business è in ambito web advertising, con la gestione di campagne su motori di ricerca e metamotori con pagamento di un costo di commissione, calcolato soltanto sul valore delle prenotazioni convertite e tracciate, inferiore al 50% dei costi medi di intermediazione di terze parti. E Blastness, selezionata nel 2017 nel programma Google Strategic Partner tra le 30 aziende in area Emea a maggior sviluppo potenziale, è ad oggi in assoluto il primo inserzionista in Italia per campagne di web advertising nel tourism&travel.

Un altro elemento distintivo alla base del successo è la completezza dell'offerta: l'azienda rappresenta il più ampio One stop shop per tecnologie e servizi finalizzati alla gestione della distribuzione elettronica e revenue management nel settore alberghiero: dai sistemi di prenotazione alle piattaforme di connettività e distribuzione, dai sistemi di business intelligence, market

intelligence e rate shopper ai software di revenue management, fino alla realizzazione di siti web e servizi di web marketing e web advertising, oltre ad attività di formazione e consulenza.

Negli ultimi anni, Fox Technologies, la startup di ricerca e sviluppo del gruppo Blastness, con oltre 30 profili altamente specializzati, ha effettuato importanti investimenti in ambito big data e intelligenza artificiale, realizzando una suite che integra e mette in relazione dati e sistemi, anche di terze parti, in una piattaforma che consente all'hotel di avere una completa lettura dell'andamento e di intervenire in modo semplice ed immediato sulle strategie tariffarie e sulla distribuzione. Sono diversi i sistemi della Blastness Suite che si basano su algoritmi di intelligenza artificiale e machine learning, permettendo ai manager alberghieri di fare affidamento su strumenti di supporto alla movimentazione delle tariffe, all'analisi delle performance, al monitoraggio del mercato e alla promozione sui canali digitali.

Blastness ha oggi sviluppato un'offerta unica sul mercato che vede l'utilizzo di AI nel revenue management (Rms), nell'analisi del mercato e del set competitivo dinamico (market intelligence) e nella gestione di campagne di marketing online (Bms). Per dare la misura della potenza e dell'efficacia di questi 'robot', il Bid management system (Bms) di Blastness analizza oltre due mi-

L'importanza della formazione

Serve un'operazione di 'riorientamento culturale' del personale alberghiero. Tra i meriti del successo di Blastness ci sono anche i valori etici della filosofia aziendale, sia verso il team che nei confronti dei clienti

lioni di termini di ricerca, gestisce oltre 10.000 annunci in sette lingue per oltre 190 Paesi, applicando più di 60.000 modifiche all'ora nelle aste degli annunci, ogni giorno. Il Bms, grazie allo scambio continuo di informazioni con il Crm e il Pms, calibra inoltre in tempo reale le azioni di marketing in base all'andamento del mercato e alle performance della struttura. Nessun team umano (neppure impiegando un grande numero di persone che renderebbe insostenibile il costo) potrebbe svolgere una così grande quantità di azioni con un così elevato grado di precisione.

“Oggi più che mai le opportunità generate dai mercati digitali sono reali e concrete. Nel 2023 in diverse intere destinazioni e regioni italiane il fatturato diretto online dei siti dei nostri clienti ha superato i volumi di Booking.com, un risultato straordinario che va ben oltre quelle che erano le nostre aspettative. La crescita della porzione di camere vendute su canali online, oltre che l'evoluzione dei tour operator tradizionali verso la vendita a tariffe flessibili, permettono un'ottimizzazione e un incremento della tariffa media di vendita, con conseguente aumento del RevPar (ricavo medio per camera disponibile) che rappresenta la redditività di una società di gestione alberghiera. E questa è l'opportunità oggi più grande”. I dati presentati da Blastness all'Italian hospitality investment conference 2023 lo dimostrano.

La crescita media del fatturato del sito ufficiale dei clienti Blastness, dal 2019 al 2023, è stata del 95% contro il +30% delle Ota, e con una crescita media del valore medio di vendita (Adr) dei canali on-line del 57%.

Numerosi i *case study* di successo pubblicati nel sito dell'azienda che dimostrano come la digitalizzazione del settore possa realmente trasformare i risultati delle società di gestione alberghiera. Un esempio su tutti, l'hotel Poseidon a Positano, un 4 stelle stagionale di 48 camere il cui sito web nel 2023 ha venduto camere per oltre 4,5 milioni di euro, pari ad oltre il 70% del totale delle vendite on-line, con una crescita del 100% di RevPar dal 2019 al 2023 che ha portato ad un incremento del totale ricavi camere di oltre 4,4 milioni di euro rispetto al 2019 e di oltre 5,9 milioni di euro rispetto al 2015. “Abbiamo avviato la nostra attività nel Paese che ha il maggior numero di hotel indipendenti al mondo”, conclude Delfini. “E questo ci ha portato a sviluppare un'offerta completa di tutti gli strumenti e i servizi per la digitalizzazione delle piccole e medie imprese del settore alberghiero. Abbiamo avviato un processo di internazionalizzazione in Gran Bretagna e Stati Uniti con l'obiettivo di diventare un player globale per le strutture indipendenti. Alcune delle nostre tecnologie più avanzate hanno inoltre già suscitato l'interesse di catene alberghiere internazionali”.



