

VENERDI
1. MARZO 2013

LA VOCE



DI
ROMAGNA
RIMINI &
SAN MARINO

Vacanze sempre più a portata di clic. Anche Info Alberghi rilancia la coupon mania, "una conveniente necessità"

IL TURISMO AI TEMPI DI INTERNET Nella prima settimana del servizio già raccolte un centinaio di offerte. Per i clienti l'occasione di risparmiare, per le strutture ricettive la possibilità di promuoversi

Mania o conveniente necessità? Fatto sta che la moda dei coupon sbarca anche in Riviera. E la sensazione è che possa costituire un potente antidoto anti-crisi, in un momento storico in cui il desiderio di vacanza va a braccetto con la necessità di risparmiare.

A farsi interprete dei tempi che cambiano è la web agency riminese Info Alberghi Srl, da dieci anni impegnata nella promozione online degli hotel della Riviera Romagnola, che attual-

mente conta tra i suoi clienti 780 alberghi di tutte le categorie.

L'iniziativa, che vede per la prima volta in Italia i coupon sbarcare su un portale di promozione turistica, ha già riscosso l'entusiasmo degli albergatori: nella prima settimana di attivazione del servizio sono stati creati un centinaio di coupon.

Grande, quindi, la fiducia riposta nello staff di Info Alberghi Srl e la lungimiranza degli albergatori nel considerare l'iniziativa

un potenziale strumento anti crisi in grado di offrire agli utenti una possibilità concreta di risparmio e alle strutture ricettive uno strumento per promuoversi online sfruttando l'appello tutto contemporaneo dei coupon.

A differenza dei più famosi siti di social shopping come Groupon, Groupalia, Letsbonus, Glamoo, etc., su infoalberghi.com l'utente non acquista nulla: scaricare e stampare il coupon non vincola in alcun modo l'utente e non costi-

tuisce una prenotazione, semplicemente dà diritto a uno sconto in hotel al momento dell'eventuale soggiorno.

"Per vincere la crisi servono idee nuove - spiega Lucio Bonini, titolare dell'azienda Info Alberghi srl insieme al socio Andrea Sacchetti - Comprare online con i coupon ormai è un'abitudine consolidata e in tempi di crisi diventa sempre più importante, tanto che gli esperti di marketing la chiamano una conveniente necessità".