Turismo, nel 2015 un europeo su cinque prenoterà via mobile

booking-online-300x200-eeb296d6

GraficoLa rete ridisegna lo sviluppo del turismo. Tra il 2012 e il 2014 si stima che il mercato dei viaggi generato dalle prenotazioni via mobile genererà 25,8 miliardi di dollari. Le prenotazioni via mobile sono del resto triplicate negli Usa tra il 2012 e il 2014 e nel 2015 una prenotazione di hotel su tre verrà effettuata via mobile, mentre in Europa, nel prossimo anno, il 20% delle prenotazioni di viaggi passeranno da smartphone e tablet. Questi sono alcuni dei dati emersi dalla ricerca condotta da Oxford Economics per Amadeus e presentati da Francesca Benati, amministratore delegato di Amadeus Italia presso State of the Net, l'evento internazionale che mostra lo stato dell'arte della rete e che quest'anno è dedicato al tema della Smart Life, la vita abilitata da internet.

[caption id="attachment_27905" align="alignright" width="300"]Francesca Benati Francesca Benati[/caption]

Il settore del turismo contribuisce in maniera consistente al PIL globale: registra infatti un tasso annuale di crescita del 5,4%, che porterà l'intero mercato nel 2023 a raggiungere 7.680 miliardi di valore. Nel 2012 sono stati contati 2,98 miliardi passeggeri aerei, che diventeranno 3,91 miliardi nel 2017. La crescita dell'accessibilità alle reti mobile e alle soluzioni mobile di informazione, prenotazione e acquisto dei viaggi diventerà uno dei driver principali dello sviluppo dell'intero mercato. Secondo i dati della ricerca, nel 2013 sono stati registrati 2,2 miliardi di navigatori su internet da mobile. E per la prima volta, gli utenti mobile dei Paesi in via di sviluppo hanno superato il resto del mondo: hanno raggiunto quota 1,2 miliardi grazie a una crescita annua del 371,9%, mentre il resto del mondo ha comunque registrato un incremento del 45%. Nei Paesi in via di sviluppo, la scarsa diffusione di carte di credito e gli storici problemi legati alla mancanza di infrastrutture a supporto delle linee telefoniche fisse hanno generato una forte apertura al cambiamento tecnologico presso gli operatori, in particolare per lo sviluppo di soluzioni di pagamento via mobile. Un esempio è fornito dalle app cinesi Bid to Win e Real Time Tracking. La prima consente, nei momenti di punta, di ingaggiare con un asta con altri

viaggiatori per ottenere un taxi evitando lunghe attese; la seconda permette di monitorarne il suo tragitto del taxi verso la propria posizione.

In tutti i mercati, gli operatori devono fronteggiare, inoltre, due diverse esigenze: la crescente cultura del Now-ism e la domanda di seamless travel. Da un lato, l'esperienza di navigazione del web ad alta velocità e la disponibilità immediata di servizi online hanno cambiato il modo con cui gli utenti si rapportano anche ai servizi offerti dal settore viaggi dettando un cambiamento della domanda. L'immediatezza del web ha, infatti, generato la cultura del Now-ism, del qui e ora: 1 utente su 4 abbandona una pagina web se non viene caricata in 4 secondi e 3 su 5 non tornano a visitarla una seconda volta. Dall'altro lato, negli utenti si è diffusa l'esigenza di vivere un'esperienza di viaggio "integrato", senza soluzione di continuità dalla propria porta di casa alla destinazione finale.

Per rispondere a questa evoluzione, il settore deve affrontare due nodi cruciali: le infrastrutture e la tecnologia. Occorre infatti investire sulle infrastrutture che supportino la logistica del viaggio come, per esempio, collegamenti ferroviari tra gli aeroporti e le città. E, al tempo stesso, i provider di viaggi sono chiamati a offrire soluzioni di coordinamento tra i diversi mezzi attraverso piattaforme che assicurino un solo processo di ticketing per i diversi mezzi che compongono il viaggio e un supporto informativo constante, reattivo e immediato via mobile.

«In un futuro reso sempre più connesso, personalizzato e sostenibile da internet - afferma Francesca Benati, amministratore delegato di Amadeus Italia -, la tecnologia ha il compito difficile di mettere in contatto, in tempo reale, la domanda degli utenti e le risposte delle aziende, per garantire un'esperienza di viaggio sicura e garantita dalla porta di casa alla destinazione finale».