Netcomm per Amadeus: "8,5 milioni gli eShoppers di viaggi in Italia"

Nel survey commissionato da **Amadeus** a **Netcomm e Human Highway** sui comportamenti di acquisto degli italiani sulle diverse piattaforme tecnologiche si sottolinea che sono citrca 8,5 milioni gli italiani che hanno comprato un prodotto di viaggio negli ultimi sei mesi, con una soddisfazione generalmente molto alta: “Sono 8,5 milioni gli italiani che hanno acquistato turismo online, di cui 7,2 milioni che acquistano biglietteria e 5,6 che acquistano soggiorni, con ben 4,3 milioni che si sovrappongono – dice **Roberto Liscia**, presidente Netcomm -. Rendendo il settore dei viaggi quello principale per l’eCommerce, con oltre il 25% del giro d’affari totale”. E con una parcentuale delle dendite eCommerce all'estero altissima: il 55% dell'export online è appannaggio del settore dei viaggi. Importante, però, sottolinea Liscia, è per molti prodotti la multicanalità, con il web a fare da “vetrina” per gli acquisti offline. Esistono infatti molti viaggiatori che hanno accesso a Internet ma comprano prodotti turistici esclusivamente sul canale tradizionale, maturando però la loro scelta dopo avr consultato siti online (chiamati touch point), rendendo **il settore dei viaggi “il più multicanale dell’eCommerce”** conferma Liscia**.** Tra l’8% e il 15% degli acquirenti di soggiorni e vacanze decide infatti di effettuare un acquisto online dopo la visita in un’agenzia tradizionale, ma sono invece il 25% che fanno il percorso inverso, comprando il viaggio in un’agenzia tradizionale dopo aver consultato la rete. E se, ormai, il pagamento online è sempre meno un tabù, per viaggi più complessi si continua a preferire, anche per i plafond delle carte di credito, il pagamento offline.

Gli **eShoppers**, abituati a comparare e cercare altre soluzioni a colpi di clic, utilizzano quindi più touch point: “Ad esempio per gli hotel sull’online sono importanti i commenti degli altri viaggiatori, quindi i siti di recensione, i siti comparatori e, in crescita, il sito web dell’albergo stesso” commenta Liscia, che aggiunge come “Nella scelta d’acquisto di un prodotto di viaggio per il canale online vengono utilizzati in media 3,9 touch point, contro i 3,3 di quello tradizionale”.

“I dati della ricerca – commenta **Francesca Benati**, Amministratore Delegato e Direttore Generale di Amadeus Italia – ci mostrano un quadro del segmento viaggi e turismo dell’eCommerce piuttosto dinamico in cui sia il canale online sia quello tradizionale offrono diverse opportunità per gli operatori e vantaggi ai consumatori. Sebbene il settore sia fortemente influenzato dal web quale strumento di raccolta di informazioni, di orientamento e di acquisto, il canale tradizionale continua a ricoprire un

ruolo essenziale essendo in grado di convertire più frequentemente le scelte dei consumatori in acquisti, indirizzandoli sul prodotto giusto”.