La continua crescita del turismo online

Un turismo in salute quello transato online. parola di **Roberto Liscia, presidente di Netcomm**, l'associazione delle aziende che si occupano del commercio elettronico, e storica figura della Rete in Italia. Lo ha detto durante un convegno alla fiera **No Frills di Bergamo**: "Negli ultimi 12 mesi è stato di 6,2 miliardi il fatturato generato dagli acquisti online del turismo. Con un 2014 che chiuderà probabilmente con un più 20% rispetto al 2013. E anche le previsioni per il 2015 sono rosee: ci aspettiamo un più 18% di crescita". Il travel domina infatti la scena del commercio elettronico italiano, contando per oltre il 41% delle transazioni totali, grazie agli ormai "16 milioni di consumatori italiani che comprano in Rete, a una maggior dimestichezza degli italiani con i pagamenti elettronici e al boom dell'**mCommerce**". Nel 2014 il mobile produrrà infatti 1,2 miliardi di euro di vendite e, insieme ai tablet, si arriva a 2,5 miliardi, sui quali il turismo ha un peso ancora maggiore rispetto alla Rete: oltre il 50%, secondo quanto dice un'indagine dell'**Osservatorio eCommerce**. "La lettura di recensioni, la raccolta di informazioni, il controllo del prezzo vanno sempre più sui device portatili - spiega **Tommaso Vincenzetti, direttore marketing e business development di Amadeus Italia** - . Con l'iPhone 6 anche Apple ha adottato schermi più grandi e già dal 2015 lo smartphone potrebbe diventare un borsellino elettronico".

Ma Liscia, deciso assertore dello shopping "virtuale", lancia un salvagente anche ai negozi fisici, quindi, in questo settore, alle agenzia di viaggi: "ma il maggior uso della rete non significa che il negozio fisico sia morto: il trend cui si sta assistendo è il web shopping, ovvero il cliente va sul sito, ma spesso acquista nel negozio". Perché "**il settore dei viaggi e turismo è il più multicanale di tutti.** Sono numerosi infatti gli acquisti che vengono prenotati online e saldati in modo tradizionale alla consegna ma anche quelli prenotati in modo tradizionale (per esempio telefonico) e saldati online. Inoltre, una quota compresa tra l'8% e il 15% degli acquirenti di soggiorni e vacanze decide di effettuare un acquisto online dopo la visita in un'agenzia tradizionale. D'altra parte, il 25% degli acquisti di soggiorni e vacanze in un'adv avviene dopo che gli stessi acquirenti hanno maturato online la decisione di acquisto, generalmente attraverso la consultazione del sito della destinazione della loro vacanza".

,