il futuro del travel secondo Vincenzetti, Amadeus

“Lavoriamo in un settore, quello del turismo, che continua a crescere, con 1,3 miliardi di viaggiatori lo scorso anno, con un più 5,6%. Più del della crescita del Pil mondiale - commenta **Tommaso Vincenzetti, direttore Marketing & Business Development di Amadeus Italia -.** E noi di Amadeus Italia vogliamo crescere con il settore, supportando tecnologicamente tutti i soggetti del settore. Con un obiettivo aziendale ben chiaro: ovvero curare i margini perché, come dice il nostro ceo, il margine è verità". "Verità" che porta il gds europeo a investire moltissimo in tecnologia, 2,5 miliardi di euro nell'ultimo decennio.

Un'azienda tecnologica adatta a un turismo che è sempre più sulla Rete. Anche mobile: "Sono in crescita le ricerche e le prenotazioni su *smartphone e phable*t, con i quali ormai arriviamo nel settore alle cosiddette quattro M, ovvero Mult- ichannel, Multi-screen, Multi-tasking e Mobility - Vincenzetti ha detto durante la recente **Bto di Firenze** -. Ma anche **Facebook** cresce, con 1,28 miliardi di utenti, come i viaggiatori nel 2014 e poi abbiamo un miliardo di persone sul mobile, di cui 556 milioni quotidianamente".

Un mondo che, insomma è cambiato: "l'87% delle persone fa ricerche online e compra offline e il 67% inizia lo shopping su un device e lo finisce un altro. E poi anche le fasce orarie di quando si naviga sono cambiate - dice Vincenzetti . Da pausa pranzo in ufficio alla sera, dalle 18 alle 21. Perciò bisogna stare dappertutto". E, naturalmente sempre. Con una cura maniacale al passaparola, che online è diventato globale.

"E qui possono dire anche la lor le adv, perché **Google** è usato tantissimo ma ha rilevanza bassa, i *metasearch* sono usati meno ma hanno una rilevanza maggiore, mentre le adv hanno un utilizzo bassissimo, del 15%, ma con una rilevanza altissima"spinge così Vincenzetti le adv ad andare online, "perché il business, come abbiamo visto è lì. Anche solo per le ricerche". Perché il business del travel

è in continua crescita, e in Italia vale il 40% di tutto l'eCommerce, il 35% ormai del settore: "ma per l'80 % è biglietteria e il 10 hotel. Quindi c'è spazio per chi può offrire qualcosa di più. Anche dal punto di vista consulenziale" come le adv appunto. Magari con l'appoggio tecnologico di Amadeus...