Da Alibaba.com parte la sfida al travel online con Alitrip

Nella guerra delle olta in Cina (leggi: In Cina è guerra tra le olta. Boom di fatturato per Qunar) da poco più di due mesi è arrivata la corazzata **Alitrip**, il sito di prenotazioni di viaggi lanciato da **Alibaba.com** , il colosso cinese del web che si è recentemente quotato a New York, arrivando ad essere valutato 270 miliardi di dollari. Il modello di business di Alitrip ricalca quello della capogruppo, ovvero è una piattaforma per la vendita di viaggi da parte di una serie di partner, dai grandi tour operator alle piccole agenzie di viaggi, con accesso ai servizi della sorella maggiore, tra cui il gettonatissimo sistema di pagamento Alipay.

Intanto colossi come Ctrip, eLong e LY.com hanno iniziato la battaglia con **Qunar**, rimuovendo alcune loro offerte dal sito del big della Rete cinese Baidu. Qunar che sta incassando diversi accordi di partnership, circa un migliaio nuovi solo nel 2015. Chissà ora come si comporteranno le big del settore con Alitrip. Che da parte sua ha annunciato di aver aggregato già 10 mila venditori sulla sua piattaforma prima del lancio, grazie all'accesso avuto sulle piattaforme Taobao,
Tmall e Juhuasuan gestite da Alibaba.com, tra cui compagnie aeree come Cathay Pacific o siti di prenotazione alberghiera come Agoda.

L'offerta di Alitrip spazia dalle prenotazioni aeree, di hotel, di crociere, di pacchetti all inclusive e di altri servizi turistici, tutti assicurati con un fondo di garanzia per la protezione dei clienti da 100 milioni di Rmb, ovvero circa 15 milioni di euro.

Secondo iResearch il mercato del travel online in Cina vale circa 10 miliardi di dollari. Ed è in continua crescita, di circa il 30% ogni anno. Come dire c'è spazio per tutti. Soprattutto per chi può investire tanti soldi per la crescita, come può fare Alibaba.com, al momento molto liquida.