Euromonitor: il turismo online viaggia sempre di più sul mobile

Il turismo nel mondo cresce, è sempre più online e viaggia sempre di più su dispositivi mobile. Una conferma arriva dall'autorevole **Travel Industry and Online Travel Global Overview**, elaborato dalla società di ricerche **Euromonitor** e presentato al recente TTG incontri di Rimini da Angelo Rossini, online travel analyst di Euromonitor International. "Il **viaggio online è la forza che sta cambiando il turismo**: oggi l'informazione sulla destinazione e l'acquisto dei servizi non avviene solo prima del viaggio, ma anche e soprattutto durante il viaggio stesso. E da questo punto di vista **non sono l'online, ma il mobile stanno rivoluzionando il modo stesso di vendere la vacanza**" ha dichiarato. Secondo i dati Euromonitor, oggi il 12,5% delle vendite nel turismo avviene online, ma la quota salirà al 25% entro il 2019 e poi diventerà progressivamente la maggioranza. In questo contesto, spicca la crescita delle **prenotazioni tramite mobile, che nel 2014 hanno pesato per 96 miliardi di dollari**, ma secondo le stime Euromonitor arriveranno a quota **260 miliardi nel 2019**. "In questa prospettiva, un ruolo sempre più centrale avranno le app per mobile, rispetto ai siti web" ha precisato Rossini.
Un ruolo crescente avrà anche la personalizzazione dei prodotti e servizi turistici acquistabili online, ottenuta grazie alla analisi dei dati personali disponibili: "La big data analysis diventerà un elemento sempre più importante e un fattore competitivo determinante. Ciò varrà per tutti gli elementi del marketing mix: oggi per lo più si assiste a una personalizzazione a livello di promozioni, tagliate sul profilo degli utenti, ma il passo successivo sarà la **personalizzazione del prodotto medesimo**" ha sottolineato Rossini. Analogamente, è prefigurabile una personalizzazione che andrà a coprire non solo il momento dell'acquisto ma anche la fase dell'esperienza di viaggio, fornendo assistenza ad hoc all'utente.
Nel futuro prossimo dei viaggi online è anche prevedibile una crescita di interesse per i servizi di viaggio "**peer-to-peer**", con prenotazione diretta presso un privato, ome emerge dal grande successo di homeholidays e airbnb: "I viaggiatori gradiscono sempre di più sistemazioni di questo tipo perché le percepiscono come una formula di soggiorno meno standardizzata, dal buon rapporto qualità/prezzo. E la possibile diffidenza bei confronti di fornitori non professionali è superata dagli utenti ricorrendo alle recensioni sui social media" ha spiegato Rossini. E il trend del peer-to-peer non riguarda più solo le sistemazioni, ma si è allargata ai trasporti, con i fenomeni Uber e Blablacar, e inizia a riguardare

anche altri tipi di servizi, dalla ristorazione, andando a mangiare dalle persone del posto, alle guide locali.