Turismo: le 6 tendenze da tenere d'occhio nel 2017

*Ospitiamo un articolo di **Paul Pontecorvo**, VP Marketing & Business Developer di Waynaut, scritto in collaborazione con l'Ufficio Studi del fondo di venture capital P101*

Il settore del turismo si sta evolvendo ad un ritmo incessante: la combinazione di dispositivi mobili, big data e intelligenza artificiale è destinata a trasformare l'intero mercato. Un nuovo mondo, guidato dalle aspettative dei consumatori, è quello che si prospetta per l'industria del travel. Questo settore si trova oggi di fronte ad una nuova ondata di "disruption" che avrà un impatto significativo su tutti gli operatori e sui tradizionali modelli di business: vediamo quali sono i 6 trend che cambieranno l'industria del turismo nel 2017.

1. Le 3 aree di evoluzione del turismo

Molti studi, come "State of Travel 2016" di Skift (2016), "Travel distribution. The end of the world as we know it?" (LSE Consulting, 2016),"Global Report" (Amadeus, 2016), o ancora "Venture Investment Trends in Travel 2017" (Skift, 2016) prevedono che il mercato dei viaggi si evolverà in tre aree principali:

- Complessità e innovazione nella distribuzione
- Rivoluzione dei modelli di economia condivisa nei settori hotellerie e noleggio auto
- Innovazione nella vendita di viaggi online

paul_pontecorvo_waynaut_VP_Marketing_&_Bus_DevIl successo dipenderà da una più profonda comprensione delle aspettative dei consumatori e dall'uso di mezzi innovativi per trasformare l'esperienza di viaggio – e il multimodale sembra essere un fattore chiave per far fronte a tali necessità. La direzione è quella di offrire un'esperienza turistica senza soluzione di continuità che possa dare valore aggiunto ai viaggiatori e alle aziende. Insomma, l'esperienza di un trasporto più agevole e veloce tramite la connettività intermodale potrebbe diventare realtà sin dal 2017/18, in particolare in Europa.

2. Nuove tecnologie per gli operatori di viaggio

In effetti, il nostro modo di pensare al business del turismo è profondamente cambiato e, dal momento che l'online è uno dei principali fattori di cambiamento in questo settore, molte agenzie di viaggio hanno scelto di evolversi e diventare società tecnologiche. Gli operatori del settore dei trasporti, ma anche gli stessi consumatori, stanno guidando questa trasformazione attraverso nuove tecnologie che possano offrire ai viaggiatori un'esperienza multimodale. Sta nascendo infatti una nuova generazione di piattaforme di viaggio multimodali – come Waynaut – che forniscono diverse opzioni di spostamento sia agli operatori sia agli utenti finali, grazie alla possibilità di combinare tutti i mezzi di trasporto a disposizione.

3. Nuove alleanze

Si prevede che il crescente utilizzo della tecnologia aprirà la strada a fusioni e acquisizioni nel settore. Questo perché l'espansione, il consolidamento e l'adattamento sono fasi naturali nel ciclo di vita di un'industria, soprattutto in un ambiente dinamico come quello del turismo. Basti pensare che già oggi compagnie aeree comprano altre compagnie aeree, società di mega-hotel assorbono grandi e piccole catene alberghiere, società di noleggio auto si comprano a vicenda, e società di prenotazione online aggregano altre società minori, a loro collegate per la fornitura di servizi via internet. Basti pensare al caso di Ctrip, che ha acquisito Skyscanner qualche settimana fa: l'intenzione del gigante cinese è quello di avere accesso al mercato globale, e allo stesso tempo permette a Skyscanner di accedere all'enorme bacino di utenza cinese.

4. Un future roseo per le startup

In generale, quando si parla di turismo, le startup ricevono una grande attenzione da parte degli investitori. Basti pensare che il totale mondiale degli investimenti in start-up del travel, solo nel terzo trimestre del 2016, è di quasi 3 miliardi di dollari, secondo le stime di CB Insights – cifra che non include Uber, che ha raccolto $15 miliardi a seguito di un'iniezione di liquidità dal Fondo Pubblico di Investimento dell'Arabia Saudita. Inoltre, moltissime sono state anche le piccole acquisizioni tra le start-up del turismo nel 2016: 71 società sono state acquisite, tra player giovani e affermati, da società di prenotazione on-line a piattaforme di ricerca e pianificazione del viaggio, da siti turistici a siti di consigli on-demand, compagnie aeree, agenzie di viaggio online e così via.

5. L'ascesa del B2C...

Un'altra tendenza per il 2017 è il moltiplicarsi delle piattaforme di prenotazione multimodale per il B2C. Esempi in questo senso sono GoEuro e Rome2rio, che stanno entrambi cercando di guadagnarsi la quota europea del mercato multimodale. GoEuro, che ha recentemente annunciato un round di

finanziamento di oltre $50M (raggiungendo così un totale di $145M raccolti), permette di effettuare alcune prenotazioni direttamente sul suo sito web, mentre Rome2rio consente agli utenti di effettuare ricerche tra le opzioni di viaggio – aereo, autobus, treno e noleggio auto – per poi riferire l'utente ai siti partner per completare la prenotazione. Da poco, tuttavia, anche Rome2rio ha lanciato alcune possibilità di prenotazione diretta, in particolare per acquistare i biglietti delle ferrovie del Regno Unito.

6. ...e l'evoluzione dei servizi B2B

La digital disruption e il multimodale non stanno prendendo piede solo nel settore B2C, ma anche nel ramo del B2B. Ad esempio, Waynaut, grazie al recente investimento da parte del fondo di venture capital P101, sta ora lavorando al fine di fornire servizi e prodotti alle aziende, alle GDS (Global Distribution System), agenzie di viaggio online, metasearchers, servizi ferroviari e linee aeree, e così via. In particolare, stiamo lavorando al lancio di uno strumento di prenotazione one-click, al fine di consentire ai clienti finali delle OTA (Online Travel Agency) e delle TMC (Travel management Company) di prenotare biglietti su diversi mezzi di trasporto in un solo semplice click.