8 passeggeri italiani su 10 acquistano servizi ancillari: un'opportunità per le agenzie di viaggi

In Italia, il 79% di coloro che prenotano un volo sceglie di completare l’acquisto con l’aggiunta di **almeno un servizio ancillare**. A farla da padrone sono i servizi più “tradizionali”: il 44% sceglie l’assegnazione del posto a bordo, il 32% un’assicurazione, il 30% prenota il parcheggio in aeroporto, il 25% si serve della possibilità di imbarcare un bagaglio extra, il 15% è disposto a pagare per l’imbarco prioritario.

E’ quanto emerge da una ricerca commissionata da **Amadeus** a YouGov, che nello scorso mese di dicembre ha intervistato oltre 4.000 utenti in Italia, Francia e UK.

ancillary

Tra le risposte raccolte emerge anche una crescita importante di alcuni **servizi di nicchia** tra quelli presenti nell’ormai ampia offerta delle compagnie aeree: il 6% dei passeggeri viaggia con un animale domestico, il 3% si serve del supporto per i minorenni che viaggiano non accompagnati, il 3% paga un extra per poter trascorrere le attese in aeroporto in una lounge e alla lista si aggiungono coloro che si servono della possibilità di trasportare oggetti fragili o ingombranti come strumenti musicali o attrezzature sportive.

Secondo questa indagine, **la maggioranza di questi servizi in Italia vengono acquistati direttamente dalla compagnia aerea**, ben il 51%. Per l’acquisto in **agenzia viaggi**, però, il nostro paese fa registrare una quota importante, e sensibilmente più alta rispetto agli altri mercati: **il 29% per l’Italia** contro il 13% di UK e il 18% di Francia, con un ulteriore 14% che non ha espresso preferenze fra agenzie e vettori.

Tra i servizi ancillari che gli italiani acquistano in agenzia viaggi con più frequenza c'è al primo posto la prenotazione del posto, seguita dall'assicurazione viaggio e dal parcheggio in aeroporto.

Per chi vuole vedere i dati nel dettaglio l'infografica con i dati completi della ricerca è scaricabile a questo link:

http://webitmag.it/wp-content/uploads/2017/02/Amadeus_merchandising_infographic_Italia.pdf

Gabriele Rispoli, **Direttore Commerciale Amadeus Italia**, commenta: “Si tratta di un dato interessante che mette in luce un grosso spazio di crescita per le agenzie di viaggio che vediamo suggerire con maggiore propositività ai propri clienti la possibilità di acquistare servizi accessori. L’obiettivo è quello di rendere l’esperienza di volo più confortevole e confacente alle esigenze di

viaggio di ciascuno. I servizi ancillari stanno riscuotendo un gradimento crescente e – di conseguenza – un incremento considerevole in termini di vendite, che nel 2016 sono aumentate del 55% rispetto all'anno precedente. Si tratta di risultati assolutamente soddisfacenti ma- come questa ricerca conferma - siamo convinti che il mercato potenziale sia molto più ampio. La vendita di soluzioni di merchandising, oltre che un'occasione per generare revenue, è un modo per offrire un servizio migliore e per fidelizzare il cliente: un'opportunità che le agenzie possono sfruttare a loro vantaggio".
"Nei sistemi **Amadeus**, è possibile prenotare una sempre più ampia gamma di soluzioni accessorie non comprese nelle tariffe base dei vettori. Abbiamo creato un sito ad hoc, consultabile all'indirizzo http://merchandising.amadeus.com, per permettere agli agenti di viaggio di essere costantemente aggiornati sulle novità che continuiamo ad integrare nelle nostre piattaforme" aggiunge **Geronimo Pirro**, **Direttore Marketing Amadeus Italia**.