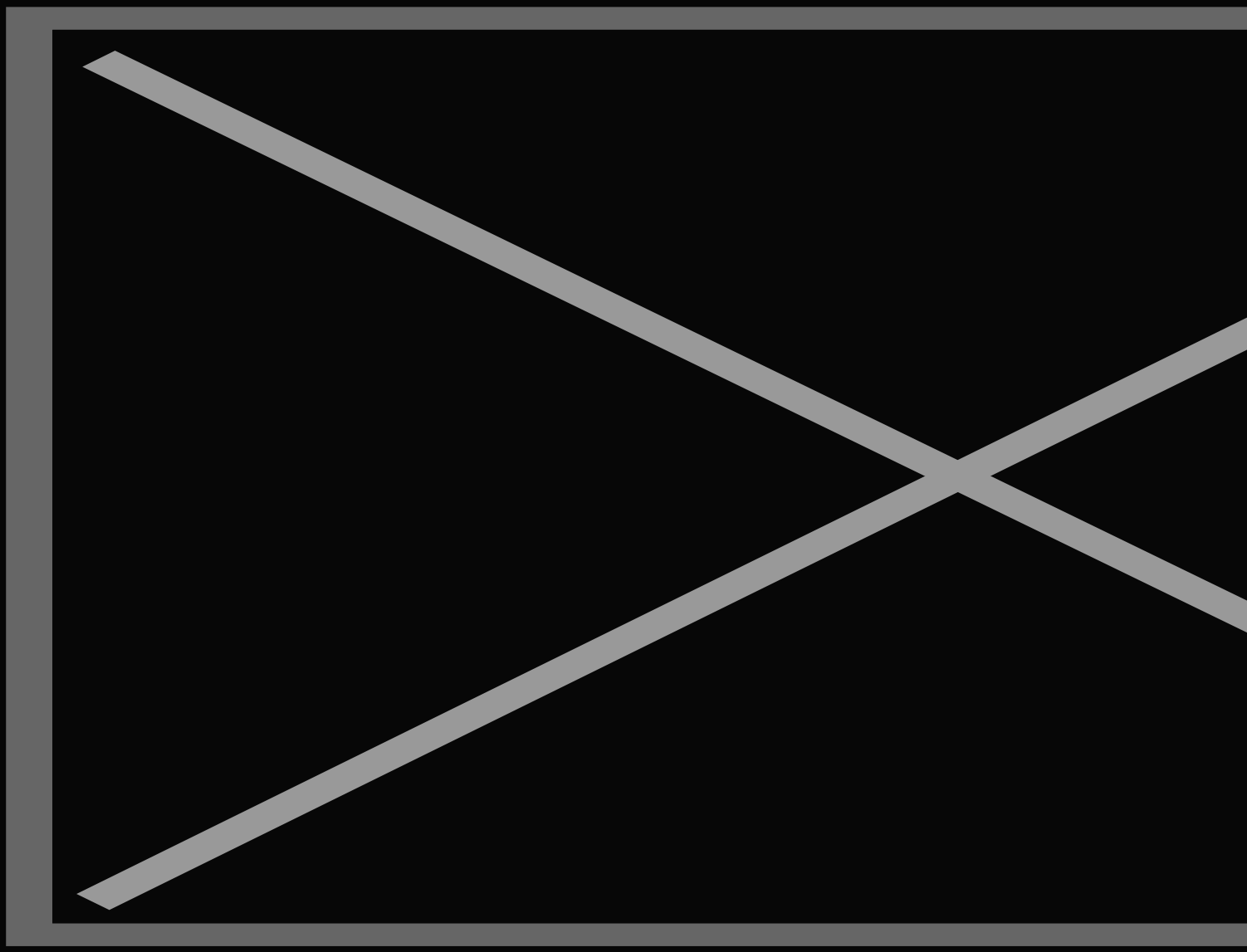
GFK: per le agenzie viaggi è stato l'anno dell'advance booking, ma sono sempre meno

Sono dati molto interessanti quelli diffusi da **GFK**, 1a azienda di ricerche di mercato in Italia per fatturato, nella sua conferenza stampa sull'andamento dei viaggi in agenzia nei primi 4 mesi dell'anno. I numeri di GFK arrivano direttamente dai sistemi gestionali delle agenzie di viaggi partner, e per questo sono da considerare molto attendibili e da tener ben presente per capire come mutano le abitudini dei viaggiatori.

Uno dei dati più importanti rilevati da gennaio ad aprile 2017 è stata la vera e propria **riscoperta dell'advance booking**, la prenotazione anticipata che ha visto crescere il numero di partenze su tutti i mesi estivi con predilezione per giugno e settembre che fanno registrare rispettivamente +6 e +9%. Trend positivo anche per il numero di passeggeri che hanno prenotato: anche qui aumento su tutti i mesi estivi con **settembre** che si afferma come il mese fuori stagione per eccellenza con un +24%. Questa tendenza non si è però tradotta in un aumento del giro d'affari che appare in declino: l'Italia mantiene stabili i fatturati perdendo solo l'1% mentre Nord America ed Europa Continentale perdono il 13 e il 5%. I flussi sembrano spostarsi verso l'Europa Mediterranea, che fa segnare +4%, i Caraibi che guadagnano il 7% e l'Africa Mediterranea che migliora il revenue addirittura del 74% (ma bisogna considerare che queste ultime sono un insieme di destinazioni che l'anno scorso ha subito un brusco stop).

In generale il comparto delle agenzie non sembra godere di eccelsa salute: il numero di operatori si concentra sempre di più, passando dagli oltre 13.000 del 2009 agli 8.737 del 2016. Non sarebbe neanche male se un minor numero di agenzie viaggi continuasse a spartirsi la stessa torta ma purtroppo non è così. Dal grafico mostrato da GFK appare evidente il progressivo calo dei fatturati e dei passeggeri in favore di altri canali di distribuzione.



Come fare quindi a sopravvivere in un mercato che sembra destinato a rimpicciolirsi ulteriormente? La ricetta di **Daniela Mastropasqua,** industry lead turismo di GFK, è la stessa che ci aveva fornito durante la convention Gattinoni di aprile scorso (guarda qui l'intervista): credere nel fenomeno del **webrooming**, vale a dire quegli utenti che confrontano le offerte sul web per poi andare a prenotare in agenzia. Questa pratica è in voga tra il 41% degli acquirenti mentre solo il 20% effettua il processo d'acquisto contrario, lo showrooming (confronta offline per comprare online).
Questa è un'ottima notizia che però fa capire come le agenzie di viaggi oggi debbano essere attive sul web proprio per intercettare questa tipologia di clientela. La scusa di internet che porta via il lavoro alle agenzie non sarà più valida quando l'agenzia stessa sarà sul web, lavorando per convertire visitatori in prenotazioni.