Sabre: il 40% dei viaggiatori europei spenderà di più per le vacanze

Ci stiamo avvicinando alle vacanze estive, e i viaggiatori europei potrebbero essere in procinto di aumentare i loro budget di viaggio. Una nuova ricerca di **Sabre Corporation** (NASDAQ: SABR), società di tecnologia per i viaggi leader nel mondo, ha evidenziato che nel 2018 una percentuale significativa di viaggiatori europei prevede di spendere di più per le proprie vacanze rispetto al 2017. Sabre ha intervistato oltre 4.000 viaggiatori tra Regno Unito, Francia, Germania e Italia che hanno effettuato viaggi negli ultimi 24 mesi per identificare le tendenze emergenti per quanto riguarda spese di viaggio e prenotazioni di voli, hotel ed extra. I risultati di questo sondaggio hanno evidenziato che la disponibilità ad aumentare la spesa è stata più alta in Italia e nel Regno Unito, dove più del 40% degli intervistati ha dichiarato che quest'anno avrebbe speso cifre maggiori per le vacanze, intenzione condivisa solamente dal 28% dei viaggiatori francesi e dal 30% di quelli tedeschi. In confronto tra tutti, solo il 15% dei viaggiatori ha affermato di voler ridurre le spese per i propri viaggi.
I viaggiatori si sono anche dimostrati disposti a spendere più del solito (in media 124€) per servizi extra durante i voli e i soggiorni in hotel che possano garantire loro una migliore esperienza di viaggio. I britannici si sono rivelati i viaggiatori potenzialmente più disposti a mettere mano al portafoglio, visto che si sono dichiarati pronti a spendere una media di 161€ per servizi ancillari in volo ed extra in hotel – il 17% in più rispetto alla cifra da loro stessi indicata in un simile sondaggio condotto da Sabre nel 2016.
"I viaggiatori stanno diventando sempre più perspicaci: sanno ciò che vogliono e sono disposti a spendere di più per praticamente ogni aspetto della loro esperienza di viaggio; il nostro studio ha evidenziato che questa loro propensione aumenta di anno in anno" – ha affermato **Roshan Mendis**, Chief Commercial Officer di Sabre Travel Network.

Dove trovare l'offerta migliore

I consumatori sono disposti a spendere, ma in un ecosistema di viaggi sempre più frammentato i ricavi aggiuntivi potrebbero essere distribuiti tra vari player. Le opinioni degli intervistati erano divise su dove iniziare la ricerca della miglior offerta per le loro vacanze, in particolare per quanto riguarda i voli:

- Il 27% inizierebbe con un agente di viaggio online
- Il 23% inizierebbe sul sito web di una compagnia aerea
- Il 17% inizierebbe con un motore di metaricerca come Skyscanner
- Il 15% inizierebbe tramite un motore di ricerca come Google
- Il 10% inizierebbe andando dal proprio agente di viaggio

"I travel supplier stanno sperimentando il modo in cui vendono e commercializzano i loro prodotti, il che conduce a una maggiore frammentazione. Diventando perciò l'industria dei viaggi ancora più frammentata, aumentano le fonti prese in considerazione dai consumatori quando devono iniziare una ricerca per i propri viaggi, e conseguentemente aumentano per loro le difficoltà nel trovare l'offerta che maggiormente si addice alle loro esigenze" – ha aggiunto Mendis. "Il nostro sondaggio indica che le persone utilizzano punti di partenza sensibilmente differenti quando prenotano un viaggio; pertanto è di fondamentale importanza che i fornitori di viaggi mettano a disposizione dei viaggiatori i loro contenuti attraverso tutti i canali: in questo modo possono aumentare la fiducia dei clienti e semplificare la procedura di prenotazione".

Cosa incoraggerebbe i viaggiatori a spendere cifre ancora maggiori durante i loro viaggi? I britannici hanno dimostrato di desiderare soprattutto fiducia e sicurezza: il 32% di loro, infatti, spenderebbe di più se fosse certo di aver ottenuto il miglior affare per le proprie vacanze. Il 33% dei viaggiatori francesi, invece, preferisce essere premiato per la propria fedeltà a determinati brand. Tra le altre motivazioni che inducono i viaggiatori a spendere maggiormente vi sono la ricezione di offerte più interessanti da parte di compagnie aeree e alberghi (22%), la possibilità di prenotare tutte le componenti del viaggio tramite un'unica piattaforma (20%) e la maggiore semplicità nel trovare i prodotti e i servizi desiderati (14%).

I risultati della ricerca sono stati annunciati all'evento STX di Londra, che ha riunito oltre 400 dirigenti di compagnie aeree, hotel e agenzie di viaggio per discutere e guidare l'evoluzione dell'industria dei viaggi.