Italia, il turismo cresce, ma il business è dei big online: l'analisi di ItalyXP.com

Il turismo in Italia cresce, ma il business lo fanno i big online. Lo dice un'indagine di **ItalyXP.com**, il marketplace made in Italy specializzato nella promozione e commercializzazione online di servizi turistici non convenzionali. A fronte di più di 10.000 clienti serviti nel 2015, provenienti da oltre 100 paesi diversi, il business del turismo italiano risulta appannaggio delle Ota (online travel agencies), i grandi portali come Expedia, Hotels.com, Booking.com, Trivago e TripAdvisor, che promuovono la nostra offerta turistica e sono visitati da almeno 1 turista su 3 prima di programmare un viaggio. Una sorta di oligopolio, riferisce Adnkronos, che gli operatori italiani cercano di fronteggiare.
Come? Attraverso una maggiore conoscenza del territorio, dei clienti e delle tradizioni culturali. Ciò su cui ha puntato appunto ItalyXP, che in due anni si è confermato come punto di riferimento unitario per il turismo esperienziale in Italia. E che per il 2016 prevede un ampliamento della propria offerta superando le 1.000 proposte disponibili sul sito (erano 650 nel 2014), aprendo anche a nuove destinazioni come Sicilia, Bologna ed Emilia, Verona e Lago di Garda, Sardegna, Genova e Liguria, Torino e Piemonte.