Tre opzioni nel futuro dell'online travel: evolversi, espandersi o morire

“Online Travel 2020: Evolve, Expand or Expire” è il titolo provocatorio scelto da Amadeus IT Group per la ricerca condotta con l’obiettivo di preparare i player del turismo online ai diversi scenari del prossimo futuro.
La ricerca, realizzata dalla Divisione Strategy and Innovation di **Amadeus**, evidenzia come gli operatori online dovranno necessariamente prepararsi all’evoluzione degli scenari da qui ai prossimi 3-5 anni, scenari che riserveranno eventi imprevedibili o la comparsa di nuovi competitor.
Amadeus ha mappato le tendenze in atto e delineato probabili sequenze di eventi che i protagonisti di oggi devono tenere in considerazione per poter mantenere un ruolo di primo piano anche in futuro. In particolare i seguenti 4 trend:

- La crescita dei **Mega Online Travel Retailers**. Il consolidamento tra i modelli di business delle OTA e dei metasearch, insieme allo sviluppo della pubblicità online, potrebbe far nascere un nuovo tipo di operatori di grandissime dimensioni. Non va trascurato che l’**utente medio**, prima di prenotare un viaggio online, visita 38 siti web, effettua 50 ricerche e legge 12 recensioni. **La sua ricerca dura 15 settimane** perché spesso non ha una precisa destinazione in mente. Le Online Travel Agency gli facilitano notevolmente il lavoro.
- L’**arrivo sul mercato dei tour operator online:** i TO tradizionali e le OTA potrebbero spostarsi verso modelli di business convergenti e imporsi in modo innovativo sul fronte dell'offerta di viaggi. Dalla gestione di viaggi complessi fino all'offerta di servizi con i travel store di nuova generazione, i tour operator digitali potrebbero mettere a disposizione un mix vincente di interazione digitale e umana per dare vita a un'esperienza di viaggio personalizzata.
- L'ascesa di **operatori puramente mobile**: si immagini ad esempio l'App di un'agenzia di viaggi mobile che accompagni il viaggiatore lungo tutto il viaggio. Anziché essere un canale di distribuzione complementare, il mobile potrebbe diventare l'unico mezzo di distribuzione e l'unica App che il viaggiatore necessita o desidera.
- Un **nuovo Marketplace dei viaggi**: con la crescente domanda di piattaforme nuove e innovative da parte dei giganti dell'informatica e dell'e-commerce, i player del turismo potrebbero unirsi e realizzare

un marketplace di viaggi, in cui OTA, compagnie aeree, alberghi e altre imprese legate al mondo dei viaggi potrebbero vendere i propri prodotti e servizi, anche valutando nuove opzioni di pagamento. Questo porterà a un'evoluzione degli attuali business model, riassunti da Amadeus nel seguente schema:

businessmodel

Francesca Benati, Amministratore Delegato di Amadeus Italia, commenta così la ricerca: “Questi fattori di evoluzione possono essere affrontati non necessariamente come una minaccia ma come un’opportunità di innovazione: i player online possono trasformali in veicoli di successo. Come Amadeus stiamo continuando ad investire per fornire sempre maggiori contenuti e tecnologie di ricerca per aiutare il trade ad offrire la migliore esperienza di acquisto di viaggi online. Costruire il futuro in anticipo anziché doversi adattare è l’atteggiamento che cambia le regole del business”.

La ricerca completa “**Online Travel 2010: Evolve, Expand or Expire**” è disponibile gratuitamente, in lingua inglese, al link http://www.amadeus.com/documents/otas/online-travel-2020.pdf