Turismo, l'eCommerce arriva a 10,8 miliardi (+51% rispetto al 2020)

Dopo lo stop legato alla pandemia, il mercato eCommerce del Turismo torna a crescere nel 2021, toccando quota 10,8 miliardi di euro, con un +51% rispetto al 2020). Lo dicono i dati dell'**Osservatorio Innovazione Digitale nel Turismo** della School of Management del Politecnico di Milano, presentati come ogni anno nel corso di TTG Travel Experience a Rimini.

Nel 2021 il mercato dei **trasporti** nel suo complesso (eCommerce e offline) raggiunge quota 8,3 miliardi di euro (+30% sul 2020), ma vale ancora meno della metà del 2019 (18,4 miliardi), con una decrescita netta del -55%. A trainare il recupero, seppur parziale, del comparto sono soprattutto le transazioni eCommerce, che rappresentano oggi il 62% del totale mercato dei Trasporti (rispetto al 57% del 2020 e al 56% del 2019). Nel canale online gli operatori hanno registrato un mix stabile tra gli strumenti di prenotazione diretti e quelli indiretti, con i primi che dominano il comparto (83%).

Il mercato complessivo delle **strutture ricettive** nel 2021 raggiunge i 9,1 miliardi di euro (+66%), avvicinandosi ai valori del 2019: dopo il crollo del 2020 rimangono “solo” 11 punti percentuali di distanza da quelli di due anni fa (10,3 miliardi). In questo settore è cresciuto in modo sostanziale il peso dell‘eCommerce, diventato oggi primo canale con il 55% di incidenza (rispetto al 45% del 2019). Nel canale online sono soprattutto le transazioni dirette quelle che continuano a guadagnare rilevanza nel mix: dal 23% del 2019, nel 2021 si registra infatti un aumento di addirittura 24 punti percentuali, che le porta oggi a rappresentare quasi la metà (47%) dell’intero settore. A spingere la crescita dell’online è soprattutto il comparto dell’ospitalità extra-alberghiera, che raggiunge nel 2021 il valore di 3,2 miliardi di euro a fronte degli 1,9 dell’alberghiero.

Ancora molto in sofferenza il fatturato di **tour operator e crociere**: rispetto all’anno pre-pandemico, il calo è ancora del -66% nel 2021. Anche per le agenzie di viaggio il ricavato permane in forte calo con un -72% rispetto al 2019, a fronte di una diminuzione del personale che si è fermata al -21%.

“Il Pnrr deve puntare a innalzare la qualità complessiva del mercato”, ha afferma Eleonora Lorenzini, Direttore dell’Osservatorio Innovazione Digitale nel Turismo del Politecnico di Milano, parlando delle prospettive del settore. “Trasversalmente alle misure già identificate, le nostre ricerche documentano come sia fondamentale lavorare per un innalzamento della qualità complessiva e del valore aggiunto generato dall’industria turistica attraverso una **costante e determinata digitalizzazione**, un cambio di

paradigma verso il Neverending Tourism, la Data Valorisation e gli investimenti sulle competenze".
"Un altro ambito di lavoro fondamentale per **spostare l'offerta turistica italiana verso segmenti sempre più premium** è la conversione verso la sostenibilità e il settore sta già operando in questo senso: lo dimostra il fatto che già oggi l'87% delle strutture ricettive italiane mette in atto almeno una azione legata a questo tema" conclude Filippo Renga, Direttore dell'Osservatorio Innovazione Digitale nel Turismo del Politecnico di Milano