TURISMO, L’Italia in crescita nel turismo digitale: vale oltre 10 miliardi di euro

Date : 24 Novembre 2016

Il **mercato digitale del turismo**, quest’anno, ha avuto una crescita dell’8%, arrivando a toccare un valore complessivo di 10,3 miliardi di euro ed aumentano inoltre gli acquisti effettuati dai nuovi device (*smartphone e tablet*), che spingono anche gli acquisti durante il viaggio. Queste stime fanno ipotizzare che, alla fine del 2016, gli **acquisti per turismo** supereranno i *52 miliardi di euro*, con una crescita del 3% rispetto allo scorso anno.

Nel dettaglio, la **spesa digitale** conferma i dati del 2015: per le strutture ricettive vale 1,5 miliardi di euro (*16% del mercato online complessivo*), quella per i trasporti circa 6,8 miliardi (*+9%, 72% del mercato*), per i pacchetti viaggio 1,2 miliardi di euro (*+13%, 12% del mercato*). Queste cifre verranno analizzate durante la presentazione, organizzato da *Sardegna.com*, della terza edizione dell’*Osservatorio innovazione digitale nel turismo* della *School of management del Politecnico di Milano*: venerdì 25 novembre, alle 10.30 al T hotel, a **Cagliari** verrà analizzata la rivoluzione digitale applicata sul turismo.

Tourist journey degli italiani. Considerando l’italiano medio con accesso a internet, circa il 97,5% negli ultimi 12 mesi ha fatto una vacanza breve pari o inferiore a tre notti. Internet incide sulle scelte di viaggio e viene utilizzato sempre più come strumento di ispirazione, ricerca e prenotazione. Anche il post viaggio sta diventando digitale attraverso le condivisioni sui social e la scrittura di recensioni. I dati hanno mostrato una differenza per fasce d’età: i giovani dai 18 ai 24 anni sono molto più attivi nella condivisione sui social (*40 % rispetto al 34%*) che nella scrittura di recensioni (*29% rispetto a 37%*).

Strutture ricettive e relazione digital. E' evidente l’utilizzo del **digitale per la promozione e la relazione con i clienti** in tutte le fasi del viaggio. Le strutture inviano informazioni ai clienti in vista del loro arrivo, raccolgono giudizi, opinioni, e creano dei questionari. La creazione di siti web delle Ota (*Online travel*

agency), con rispettive tariffe e con un sistema di prenotazioni agevolano il fenomeno di rivoluzione digitale. Il 92 % degli hotel effettuano pagamenti elettronici, mentre b&b e agriturismi faticano ad adeguarsi.

“Molto è ancora da fare - spiega **Filippo Renga**, direttore dell’Osservatorio - *oltre il 50 % delle attività ricettive e delle ristorazione del nostro Paese non sono presenti sui portali internet che raccolgono le recensioni degli utenti, non invitano i clienti a pubblicare i loro giudizi e spesso non rispondono a recensioni negative che rischiano di influenzare pesantemente chi sta pianificando la propria vacanza”.*

Martina Corrias

(admaioramedia.it)