



NEWS

Italiani in viaggio con un clic

Secondo una ricerca condotta da Visa Europe gli italiani scelgono sempre più organizzare i propri viaggi con Internet per risparmiare, ottimizzare le offerte ed il rapporto qualità-prezzo e utilizzano carte prepagate

di Elisa Scarcella

La possibilità di controllare le migliori tariffe e comparare i prezzi (81,9%), il risparmio in termini di costi (73,9%) e tempo (68,7%) sono le ragioni principali per cui gli italiani scelgono di acquistare online i propri viaggi. Lo dice la ricerca di Visa Europe "Traveller e-shopper", realizzata nel mese di maggio tra i titolari di carte prepagate.

Il turismo online è in continua crescita e secondo dati ISTAT riferiti al 2009, tra gli italiani che effettuano prenotazioni dirette di viaggi il 23,9% lo fa via web, il 19,2% via telefono e il 10,1% tramite agenzia di viaggio.

La ricerca di Visa Europe permette di andare oltre la lettura di questi numeri ed avere una fotografia più dettagliata dei mutamenti in atto tra i viaggiatori del nostro Paese.

Partiamo dal punto chiave: perché il web? Diversi sono gli aspetti positivi dell'utilizzo di Internet per shopping di prodotti e servizi legati ai viaggi rispetto all'acquisto presso agenzie o altri operatori off line. Innanzitutto, il web è scelto come canale di informazione: il 72% degli intervistati prima di pianificare un viaggio si informa su portali o newsportal di viaggio, prediligendo operatori già da tempo sul mercato, ma sono i canali del web 2.0, siti di comunità di viaggiatori (50,5%), blog tematici (35,6%), forum dedicati (32,7%) e i maggiori social network (17,7%), che influenzano maggiormente i viaggiatori internauti del Bel Paese.

Ecco poi gli altri vantaggi. Secondo la ricerca, il web è considerato un mezzo più efficiente e organizzato che fa risparmiare tempo prezioso (68,7%) visto che il 26% del campione impiega dai 30 ai 60 minuti per l'acquisto online e il 15% dagli 8 ai 30 minuti. Inoltre, gli italiani affermano di apprezzare la trasparenza, quindi la possibilità di confrontare i prezzi (81,9%) e l'opportunità di prenotare solo l'essenziale per il proprio viaggio (23,3%).

E ancora: la Rete si rivela un ottimo canale d'acquisto perché consente al viaggiatore internauta di essere indipendente (61,7%) e di costruirsi in totale autonomia il proprio itinerario di viaggio (58,6%), ma anche l'ampia libertà di scelta e di offerta (46,3%) è tenuta in alta considerazione.

La scelta del web si conferma positiva anche dopo il viaggio: ben il 74% degli intervistati pensa che l'esperienza di viaggio generata dall'acquisto online rispetto a quella generata dall'acquisto presso un'agenzia di viaggio sia stata migliore, contro un 21% che la ritiene allo stesso livello.

Ma cosa acquistano i viaggiatori sul web? Tra le tipologie di spesa online dei viaggiatori del nostro Paese, i biglietti aerei (80,2%) risultano gli acquisti più cliccati, subito seguiti dagli alberghi (65,9%), le visite ai musei e altri siti culturali o di entertainment (36,6%), nonché le escursioni (21,2%). Meno acquistati gli interi pacchetti di viaggio (36,5%); questo evidenzia un forte orientamento ad accaparrarsi la migliore offerta per ogni singola voce di spesa piuttosto che all'acquisto di un'offerta all inclusive.

Ancora: probabilmente a causa del momento congiunturale, le destinazioni di viaggio maggiormente cliccate sono a breve-medio raggio: l'86,3% acquista viaggi in Italia, mentre il 70,6% in Europa. Tra le mete intercontinentali predomina il Nord America (9,8%) seguito dai paesi africani (8,2%). Le altre destinazioni non raggiungono il 7% del campione. Tuttavia, se il 31,6% effettua viaggi di 1 settimana e 18,5% 4/5 giorni, negli ultimi due anni la frequenza dei viaggi è stata notevole con un italiano su due che ha dichiarato di aver utilizzato la propria prepagata più di 7 volte per acquistare viaggi online. Questi risultati sembrano evidenziare che, grazie al risparmio ottenuto e all'esperienza positiva, chi acquista su Internet con la propria prepagata non rinuncia a viaggiare e lo fa in maniera continuativa.

Per l'acquisto di prodotti e servizi legati ai viaggi i nostri connazionali si affidano principalmente ai siti proprietari (83,7%) e ai portali di viaggio (61,6%). Questi ultimi risultano essere anche la fonte primaria di informazione per la pianificazione dei viaggi (71,8%).

Per quanto riguarda le modalità di acquisto, la carta prepagata è lo strumento di pagamento predominante: i viaggiatori internauti del nostro Paese possiedono la carta prepagata perché è comoda (72,2%), sicura (61,7%), a queste motivazioni segue la fiducia nel marchio del circuito (26,7%) e l'ampia accettazione (26,1%).

"Del volume di transazioni totali di oltre 7 miliardi di euro raggiunto nel 2009 dalle carte prepagate Visa in Italia, circa il 30% è da imputare a spese legate a viaggi e turismo principalmente effettuate in Rete" afferma Davide Steffanini, Direttore Generale Visa Europe in Italia. L'Italia è il primo Paese in Europa per numero di carte prepagate Visa in circolazione con una quota di circa 8 milioni. L'accoppiata Internet e carte prepagate è in grado di soddisfare la capacità di spesa e le esigenze di attenzione ai costi dell'e-shopper (73,9%)."

I viaggiatori internauti del nostro Paese portano con sé la loro prepagata anche in vacanza e la utilizzano per la ristorazione (61,7%) e per lo shopping di vari generi (57%), oltre all'entertainment (media del 35,5%). Ma ciò che sembra attirare fortemente gli italiani in vacanza, dopo cibo e shopping, è la volontà di restare connessi con il resto del mondo: il 42,6% degli intervistati, infatti, usa la propria prepagata per telefono e web.

21-7-2010

LINK ALLA NEWS:

www.eccellere.com/rubriche/news/news.asp?id=344

I testi rimangono proprietà intellettuale e artistica dei rispettivi autori. 2010 -



I contenuti di **Eccellere** sono concessi sotto la **Licenza Creative Commons Attribuzione - Non commerciale 3.0 Unported**. Ulteriori informazioni sono disponibili alla pagina **Note legali** (www.eccellere.com/notelegali.htm).