Travelnostop
il giornale del travelling italiano

*edizione Nazionale*

per la tua pubblicità in questo spazio: 091.519165

# Nel 2015 prenotate online 13 mln di notti in hotel

notizia pubblicata **12 Aprile 2017** alle ore **11:12** nella categoria **Cronaca**

La prenotazione online di camere d'albergo, appartamenti e b&b sta prendendo sempre più piede nel nostro Paese. I dati emersi da una ricerca realizzata da Booking.com in collaborazione con Oxford Economics e presentata a Roma nel convegno "L'impatto sull'economia italiana delle piattaforme di prenotazione online dei viaggi" rivelano infatti che la modalità 'digitale' nel 2015 in Italia ha generato circa 13 milioni di notti in più rispetto a quelle prenotate tramite canali tradizionali e ha creato un giro d'affari aggiuntivo dell'indotto pari a circa 2,3 miliardi di euro.

Secondo la ricerca i consumatori dall'online traggono vantaggi su più fronti: a beneficiarne infatti non è solo il portafoglio – la riduzione delle tariffe per gli utenti è di circa il 9,5% per le spese di soggiorno giornaliere (Adr, Average Daily Rate) – ma l'esperienza di viaggio complessiva, perché grazie alle piattaforme online è infatti possibile conoscere i giudizi di altri consumatori, e avere anche condizioni migliori dal punto di vista dello standard qualitativo.

Secondo quanto riportato dallo studio, poi, l'Italia è tra i Paesi europei quello che maggiormente sta puntando sulla prenotazione online: si calcola che le OTA orientino circa il 35% dei viaggi e circa il 28% delle notti nel nostro Paese, con un 14% dei pernotti complessivi attribuibili all'attività di Booking.com. La tendenza riguarda sia la domanda che l'offerta. Alla maggiore chiarezza per il cliente sia nei prezzi che nelle caratteristiche delle strutture scelte, con i giudizi degli altri utenti, le fotografie veritiere e i prezzi più bassi, corrispondono altrettanti benefici per gli operatori alberghieri: questi ultimi hanno infatti una maggiore possibilità di farsi conoscere (soprattutto le realtà aziendali più piccole, magari a conduzione familiare, molto più presenti in Italia rispetto alle grandi catene di alberghi) e di penetrare anche il segmento degli utenti stranieri, con un conseguente aumento dell'occupazione per tutto il settore turistico.

Ciò sottintende che alberghi e appartamenti garantiscano il cosiddetto parity rate, ossia la stessa tariffa sul proprio sito e su quello delle OTA, condizione questa "essenziale al nostro modello di business", spiega Andrea D'Amico, Regional Director di Booking.com, "diamo alle strutture molti servizi per i quali non ci facciamo pagare e su cui investiamo molto. In cambio chiediamo la parità tariffaria, per favorire le vendite".