

edizione Nazionale

per la tua pubblicità in questo spazio: 091.519165

Marriott apre le porte al turismo cinese: joint venture con Alibaba

notizia pubblicata 08 Agosto 2017 alle ore 11:20 nella categoria Alberghi



Il boom del turismo cinese fa gola a molti operatori del settore. L'ultimo in ordine di tempo a tentare la Via della Seta è Marriott che ha stretto alleanza con Alibaba. La joint venture fra il colosso dell'ecommerce e il gigante degli alberghi consente ai consumatori cinesi di usare i servizi di viaggio di Alibaba per accedere all'offerta Marriott, circa 6.200 hotel al mondo con vari marchi, dallo Sheraton al Ritz-Carlton. E soprattutto di poter pagare con la stessa piattaforma che usano in Cina, ovvero Alipay.

"Siamo orgogliosi di unire le forze con Marriott: insieme possiamo ridefinire l'esperienza di viaggio per i consumatori cinesi in modo più personalizzato" afferma Daniel Zhang, amministratore delegato di Alibaba. Gli fa eco il numero uno di Marriott, Arne Soreson. "Da tempo ammiriamo la profonda conoscenza che Alibaba vanta dei consumatori cinesi. Alleandoci uniamo le nostre capacità nel settore dell'ospitalità con la piattaforma di viaggi di Alibaba: con il crescente numero di cinesi che esplora nuova destinazioni, questa joint venture consentirà di offrire i nostri hotel a una nuova classe di viaggiatori".

Per Marriott un accesso diretto al mercato cinese rappresenta una grande opportunità e farlo con Alibaba è un grosso aiuto: nessuna altra società infatti ha una conoscenza e una penetrazione in Cina come il gigante dell'ecommerce. C'è poi la crescente voglia di Marriott, così come degli altri colossi degli alberghi, di sganciarsi da siti come Expedia e Priceline, per ridurre le commissioni da pagare e avere un maggiore controllo sui prezzi.

Ma l'alleanza presenta molti vantaggi anche per Alibaba, che sta continuando a portare avanti la sua

strategia di diversificazione dell'offerta al di là dei soli beni di consumo.

Il mercato online dei viaggi in Cina vale quest'anno 86,9 miliardi di dollari, il 20% in più rispetto al 2016. E i turisti cinesi nei viaggi e in viaggio spendono: si calcolano spese per 100 miliardi di dollari nel 2016.