Travelnostop
il giornale del travelling italiano

edizione Nazionale

per la tua pubblicità in questo spazio: 091.519165

La vacanza si acquista sempre più online, le procedure diventano smart e fast

notizia pubblicata **21 Marzo 2019** alle ore **12:01** nella categoria **Turismo**



A BTO11, l'evento di riferimento per il travel online in corso alla Stazione Leopolda di Firenze fino a oggi, giovedì 21 marzo, il mondo dei viaggi si confronta con le novità dei sistemi di pagamenti online. Questo l'argomento al centro del panel dal titolo: 'Tap and pay, gli effetti (già visibili) dei pagamenti digitali nel traveller'.

Pagamenti sempre più smart, gestiti dagli store di fiducia, in modalità wallet e da mobile, porteranno presto ad essere obsoleti gli attuali circuiti di pagamento e le tecnologie POS, inaccettabile il cash anche per importi minimi. Questa la situazione anche nel mondo del travel e operatori e consumatori non possono che adeguarsi.

"Ci sono stati più cambiamenti nel mondo dei pagamenti negli ultimi 5 anni che negli ultimi 30. Per chi vende un prodotto o un servizio, tenere il passo è diventato impossibile", dice Alessandro Astone, Country Manager di Stripe per l'Italia, e speaker del panel, che descrivono quello che le nuove tecnologie stanno producendo. Le nuove regolamentazioni (open banking), i nuovi protocolli sulle criptovalute e sulla blockchain e i nuovi modelli di business chiedono ai commercianti di seguire le linee dell'innovazione.

"Vogliamo rendere possibile, per un hotel in Italia, accettare pagamenti in SoFort dai clienti tedeschi o in Alipay dai clienti cinesi o ancora, per un marketplace come Musement, di verificare e coinvolgere nuove attrazioni in nuovi paesi", continua Alessandro Astone, previa la perdita di importanti fatturati e di fette

intere di mercato.

Alipay, la principale piattaforma di pagamento mobile e lifestyle al mondo, presente a BTO11 con Pietro Candela, Head of Business Development in Italy, rivela i dati sul comportamento dei consumatori cinesi relativamente ai pagamenti online.

Solo in Italia, durante le festività del nuovo anno lunare cinese, una celebrazione che si è svolta tra il 4 e il 10 febbraio 2019, il volume delle transazioni è aumentati di sette volte rispetto allo scorso anno. La maggior parte delle transazioni avviene nei grandi magazzini, nei negozi duty-free, negli outlet ma anche per pagare servizi e attrazioni turistiche.

Nel resto del mondo i primi 5 paesi che registrano il tasso maggiore di crescita in termini di spesa media sono: Danimarca, Spagna, Filippine, Belgio e Svizzera. Questi i risultati di Trends for Mobile Payment in Chinese Outbound Tourism, il rapporto rileva che i turisti cinesi utilizzano il pagamento mobile nel 32% delle loro transazioni – superando per la prima volta il contante – e che quasi il 60% dei commercianti intervistati ha registrato una crescita sia nel numero di passaggi che nelle vendite dopo aver adottato Alipay.

Su questo tema non poteva mancare il contributo di Amazon Pay che con lo speech di Roberto Grassi, Industry Lead Italy di Amazon Pay, presenterà i principali benefici per utenti ed esercenti connessi all'utilizzo della soluzione di pagamento offerta da Amazon già adottata da alcuni dei principali player del settore in Italia tra cui Trenitalia, Moby, Grimaldi Lines, It Taxi.

"I pagamenti digitali sono una delle innovazioni che stanno rivoluzionando l'esperienza cliente di chi viaggia", dice Roberto Grassi, rafforzando l'idea che il mondo del travel è tra i più esposti al cambiamento dei sistemi di pagamento online.

Amazon Pay condividerà in questa occasione anche l'esperienza del voice commerce grazie al servizio vocale Alexa, già sperimentabile in UK per l'acquisto di biglietti Virgin Train. Roberto Grassi mostrerà, così, come Amazon Pay consenta agli operatori del settore di beneficiare di un'esperienza di pagamento multicanale che 300 milioni di clienti Amazon nel mondo ritengono familiare, affidabile e sicura.