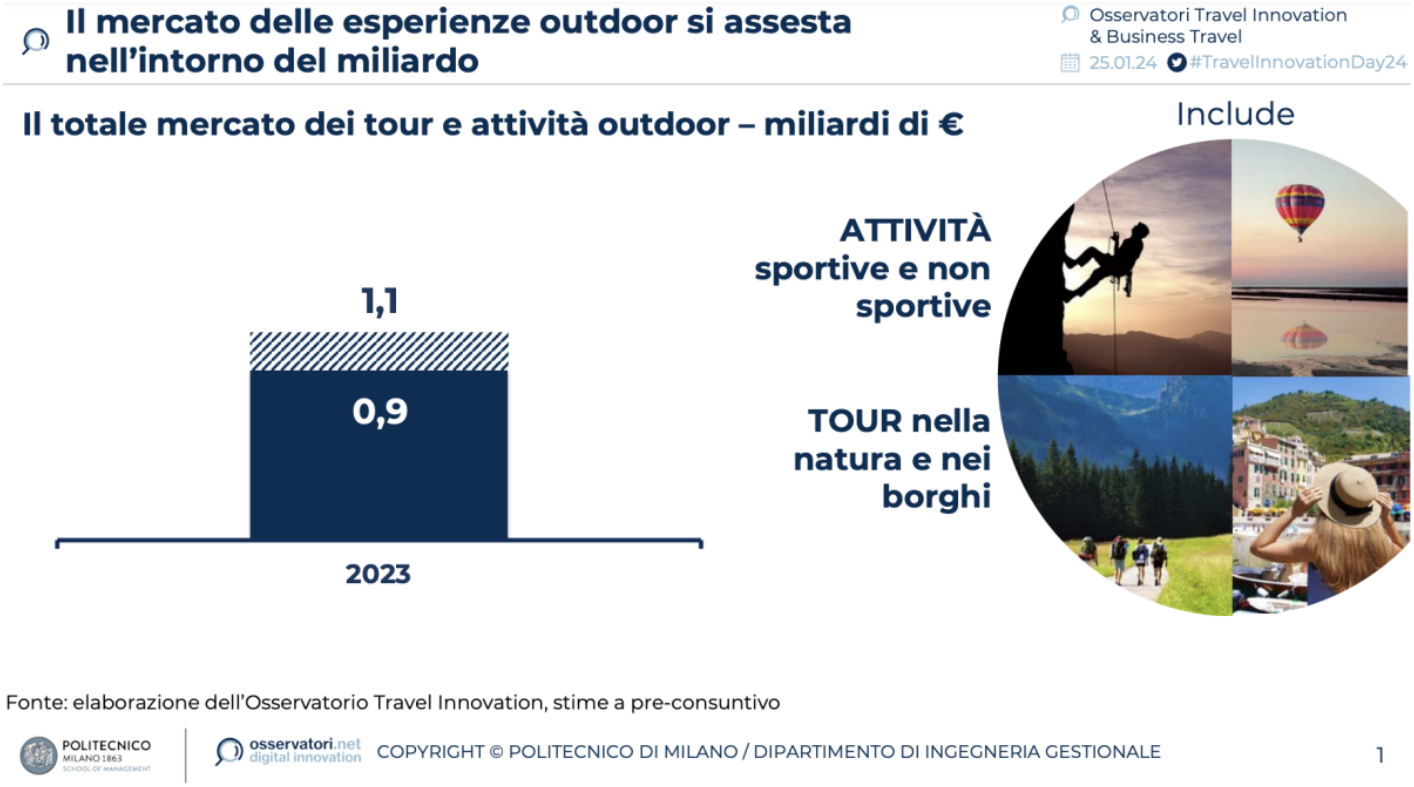
Travelnostop
il giornale del travelling italiano

Adv sempre più digitali e boom dell'e-commerce nel turismo

Autore: Monia Marchese

Data: 25 Gennaio 2024



Il turismo in Italia continua il suo percorso di rapida ripresa: il comparto ricettivo ha raggiunto quota 36,6 miliardi nel 2023 e si stima potrà proseguire la sua crescita anche nel 2024, arrivando ad un totale compreso tra i 37,2 e i 41,2 miliardi. Nell'arco di 4 anni l'e-commerce ha aumentato di 12 punti la propria incidenza: nel 2023 il canale digitale vale 20,4 miliardi, ossia il 56% del totale (online + offline) del comparto.

Anche i trasporti dimostrano il pieno recupero dalla pandemia, raggiungendo un totale di 23,8 miliardi nel 2023 e una previsione di crescita del 12% (6% nello scenario pessimistico, 18% in quello ottimistico) per il 2024. Anche in questo caso è la componente digitale a trainare il settore: con un totale di 16,9 miliardi nel 2023 oltre 7 euro su 10 spesi nell'ambito dei trasporti (71%) derivano infatti dall'eCommerce.

Sono alcuni dei dati emersi dalla decima edizione dell'Osservatorio Travel Innovation della School of Management del Politecnico di Milano, presentati in occasione del convegno 'Travel Innovation Day 2024. Prossima fermata: sviluppo sostenibile' insieme alla ricerca dell'Osservatorio Business Travel, svolta in partnership con il Center for Advanced Studies in Tourism (CAST) dell'Università di Bologna.

Il turismo organizzato in Italia vive un forte rimbalzo rispetto al 2022 con i valori che tornano in linea con quelli pre-pandemia: il comparto del tour operating cresce del 40%, mentre quello delle agenzie di viaggio del 26%. In particolare, prosegue il processo di trasformazione digitale delle adv: si cominciano a utilizzare strumenti di intelligenza artificiale per creare contenuti, svolgere attività di marketing, gestire la relazione con il cliente e creare nuovi itinerari, sebbene manchi ancora una piena conoscenza di questi strumenti. Le agenzie di viaggio offrono in modo piuttosto diffuso anche soluzioni di flessibilità nei pagamenti come il buy now pay later (18%).

Nel 2023 il mercato dell'ospitalità ha superato i livelli pre-covid, arrivando a valere quasi 37 miliardi di euro (+10% rispetto al 2019 e +13% sul 2022). Un risultato raggiunto grazie alla ripresa dell'incoming che ha portato le presenze nelle strutture ricettive a crescere del 13% nel primo semestre anno su anno, ma anche di una crescita generale del 12% delle tariffe alberghiere [2]. In forte ascesa risultano il comparto dell'extra-alberghiero, i cui servizi stanno facendo sempre più presa anche sul segmento business e quello dell'open air, che ha registrato una forte accelerazione negli anni del covid, raggiungendo un valore stimato tra i 2,5 e i 3 miliardi di euro.

Per quanto riguarda le prenotazioni, il canale diretto rimane prevalente. In particolare, tornano a crescere di più quelle tramite online booking tool su sito o app (22%) a discapito delle dirette tramite e-mail, telefono e di persona (33%). In leggero aumento anche il transato tramite online travel agency (OTA) e altri intermediari online (34%).

L'innovazione passa anche dall'Intelligenza Artificiale: le strutture (specialmente quelle alberghiere) indicano di utilizzarla soprattutto per analizzare ed elaborare i dati e per fornire informazioni ai clienti in modo automatizzato.
Il mercato della mobilità turistica nel 2023 ha superato del 9% i valori del 2019, per un totale di 23,8 miliardi di transato.
Rispetto al 2022 è cresciuta la componente eCommerce che vale oggi 16,9 miliardi, pari al 71% del mercato, trainata dalla ripresa dei voli aerei (grazie al ritorno del turismo internazionale, ma anche per una forte spinta inflattiva). Quanto ai canali di vendita, si confermano predominanti le prenotazioni digitali dirette che pesano ben l'86% del valore eCommerce, rispetto al 14% di quelle intermediate.

Gli spostamenti degli italiani per vacanza continuano ad avvenire perlopiù con auto privata (58%) e, in minor quota, in aereo (28%). Rimane molto alta la richiesta di prenotazione flessibile (51%) per cancellazione o modifica senza penale anche a ridosso della partenza, mentre l'assicurazione è stata acquistata in media dal 28% dei vacanzieri italiani (soprattutto per copertura bagaglio e cancellazioni).
Il 20% degli utenti, inoltre, ha acquistato i servizi di trasporto ricorrendo al buy now pay later, modalità ormai entrata nelle abitudini di molti italiani, soprattutto giovani.

Riferimento articolo: https://travelnostop.com/news/turismo/gli-acquisti-digitali-trainano-la-crescita-del-settore-travel-italiano_590976

Generato il 16/11/2026