Sette milioni scelgono online

L'80% dei proprietari di hotel gestisce in Rete i rapporti con i clienti

Prima si visitano i siti delle compagnie aeree poi i portali specializzati in viaggi e turismo per finire con i siti di mappe digitali che forniscono moltissime altre informazioni utili all'aspirante vacanziere. E così il fenomeno del travel online sta conquistando sempre più italiani ed europei. A dirlo è il primo rapporto paneuropeo realizzato da Nielsen//Netratings.

Con 13 milioni di visitatori unici da casa e ufficio (il 55% del totale) nel mese di marzo è il mercato francese quello più evoluto, seguito da Regno Unito con quasi 12 milioni di persone che consultano siti di turismo (47%), Germania (10,5 milioni e il 40% di penetrazione) e l'Italia (6,8 milioni), con uno share del 35% e una crescita complessiva del 50% messa a segno in un paio di anni. Segue la Spagna con quasi 3 milioni di visitatori, una quota del 34% e la migliore performance (del 74%) nel biennio ma questo è un dato che si riferisce solo agli accessi da casa.

I più consultati. In vetta alle visite degli internauti italiani ci sono i portali turistici specializzati e le agenzie di viaggi online, categorie scelte da 3,7 milioni di persone nonché volano ai pagamenti elettronici. Infatti tra il 1,1 milioni di navigatori (il 5,4% del totale) che nel secondo semestre del 2004 ha acquistato online ben il 41,3% delle transazioni era riconducibile alla categoria viaggi e turismo. Il sito che ha registrato il maggior numero di accessi (928mila) è eDreams, seguito da Expedia (879mila) e Lastminute.com (811mila).

Molto consultati anche i siti di mappe e informazioni legate al viaggio con ViaMichelin sul gradino più alto grazie a quasi 1,1 milioni di visitatori unici. Nettamente distaccati Paesionline (quasi 400mila accessi) e Maporama (211mila).

Per quanto riguarda i mezzi di trasporto di terra, sottoinsieme che in totale conquista 2,6 milioni di visite, su tutti spicca il sito Trenitalia (con 2,3 milioni di audience è il leader assoluto nella penisola) seguito da quello dell'Azienda trasporti milanesi (www.atm-mi.it) e da Europcar, società di noleggio auto.

Nell'ambito delle compagnie aeree (2 milioni di audience) c'è un testa a testa tra Ryanair.com e Alitalia. Con 650mila accessi si afferma il vettore *low cost* mentre la compagnia di bandiera segue con 623mila accessi. Meridiana, che offre prevalentemente collegamenti con la Sardegna, raccoglie 357mila accessi. Per quanto riguarda la sistemazione e le prenotazioni alberghiere è netta l'affermazione di portali come Venere.com (370mila) Booking (300mila) ed Emmeti.it (211mila).

Pochi player globali. A livello paneuropeo sono invece pochi i siti che si affermano in tutti i cinque paesi considerati. Tra le compagnie aeree EasyJet si confronta con Ryanair.com, tra i portali duello a distanza tra eDreams, Expedia e Lastminute.com mentre nell'ambito mappe e cartine ViaMichelin conquista sempre il podio.

Il turista online. Giovane, con un buon livello d'istruzione, anche se ci sono moltissimi studenti, con una prevalenza di dirigenti, impiegati e liberi professionisti e di uomini (61%). Questo il profilo socio-demografico dei turisti online che ha una buona dimestichezza con gli acquisti: il 4% dei visitatori di siti di viaggi poi acquista online.

Su di loro si concentrano quasi mille campagne pubblicitarie naturalmente online a cui si aggiungono gli sforzi dell'81,3% dei proprietari di hotel in Italia che hanno scelto Internet come mezzo per promuovere la propria struttura e gestire i rapporti con i clienti. Tra tutti questi operatori l'87,8% dispone di un proprio sito Web a fini pubblicitari e l'77,8% è presente su altri siti. Inoltre l'75,6% riceve prenotazioni online, il 61,5% promuove pacchetti e offerte speciali e il 40,8% fa conoscere gli eventi legati al territorio.

In questo modo diventa più semplice prenotare via Internet. A dirlo è l'indagine «Viaggi e vacanza» realizzata dall'Istat analizzando i dati del 2004, quando è cresciuto il numero delle prenotazioni inviate online, passate al 7,8% dal 5,4% del 2003.

Consigli utili

Come scegliere e pagare le vacanze su Internet senza brutte sorprese

- Nel caso di acquisto di un pacchetto turistico, di un viaggio o di un altro servizio via Internet si deve prestare la massima attenzione alla sicurezza dei pagamenti. La maggior parte dei siti permette di pagare con bonifico, vaglia e carta di credito. In quest'ultimo caso ci si deve accertare che la trasmissione delle informazioni relative alla carta di credito avvenga nella massima sicurezza, resa possibile da particolari protocolli.
- La connessione sicura si distingue da quella non protetta perché nella barra degli strumenti appare l'acronimo https invece del consueto http. Inoltre appare anche l'icona di un lucchetto o di una chiave nella parte inferiore del browser: cliccando su di essa con il pulsante destro del mouse si può anche visualizzare il certificato di sicurezza del sito.
- Attenzione alla privacy. Controllate, prima di comunicare i vostri dati, che sia indicato chiaramente che il sito opera nel rispetto della legge n. 675/96 sulla privacy, e che quindi informi il consumatore sull'utilizzo dei suoi dati personali e che si impegni a non trasmetterli a terzi senza il suo consenso.
- Stampate e conservare tutte le pagine scaricate da Internet.

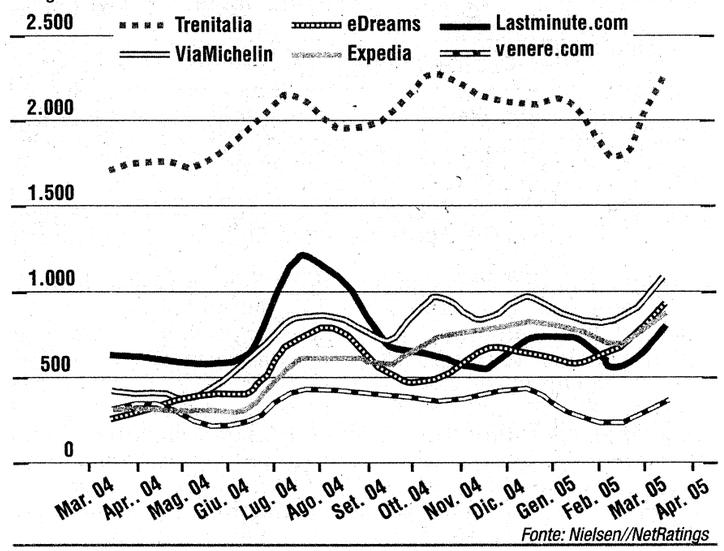
I più visitati

	Visitatori unici (in migliaia)	Penetrazione (in %)
COMPAGNIE AEREE	**2.017**	**10,41**
Ryanair.com	650	3,36
Alitalia	623	3,22
Meridiana	357	1,84
HOTEL	**1.526**	**7,88**
venere.com	370	1,91
Bookings	299	1,54
emmeti.it	211	1,09
MAPPE	**2.829**	**14,61**
ViaMichelin	1.089	5,62
Paesionline	392	2,03
Maporama	211	1,09
PORTALI	**3.708**	**19,15**
eDreams	928	4,79
Expedia	879	4,54
Lastminute.com	811	4,19
Totale turismo	**6.827**	**35,25**

Fonte: Nielsen//NetRatings

I principali operatori in Italia

Migliaia di visitatori unici



Fonte: Nielsen//NetRatings