

# Viaggi online, boom del "fai da te" e i big si contendono il ricco mercato

Una furiosa battaglia si è scatenata dietro Expedia, numero uno mondiale di un settore che sta maturando

**Milano**  
Dopo alcuni anni di tumultuosa crescita, numerosi fallimenti e diverse fusioni anche nel settore dei viaggi stanno emergendo i cosiddetti "vincitori".

Fino a oggi, però, si conosce con certezza solo il nome del numero uno, l'americana Expedia. Per le posizioni d'onore, invece, la lotta è ancora aperta e le manovre dei concorrenti per portare l'attacco al primo della classe non conoscono pause. E sul fatto

che la lotta sia particolarmente accesa non vi sono dubbi visto che i viaggi sono di gran lunga il prodotto più venduto su Internet. Senza dimenticare, però, che l'esigenza di realizzare grossi volumi di affari determina un business tra i più aggressivi. Expedia, per esempio, in un anno vende viaggi per un valore complessivo di 20 miliardi di dollari.

L'ultima mossa in ordine di tempo è stata quella del conglomerato americano Cendant che ha deciso di incorporare le attività collegate ai viaggi fra cui i siti web Orbitz e Cheap Tickets e la biglietteria online Galileo. Sei mesi fa invece la statunitense Sabre aveva rilevato l'inglese Lastminute.com. Sabre, che controllava già Travelocity.com, ha messo sul piatto 848 milioni di euro, una cifra che dimostra come le realtà più importanti

del settore abbiano ormai raggiunto valutazioni di tutto rispetto.

Grazie a questa mossa che le ha permesso di sbarcare sul mercato europeo, di cui Lastminute.com era il numero uno, Sabre è diventata una

dei concorrenti più pericolosi per il leader Expedia.

A conferma della dinamicità del settore va notato che la stessa Lastminute aveva raggiunto la leadership europea a suon di acquisizioni: ne aveva effettuate ben quattordici in soli tre anni. Questo vero e proprio "shopping" le ha consentito di chiudere il primo semestre dell'esercizio 2004/2005 (ottobre-marzo) con un margine operativo lordo in equilibrio, contro una perdita di 2,6 milioni di sterline di dodici mesi prima.

A titolo di raffronto, nei primi nove mesi dell'anno Expedia, a cui fa capo anche lo specialista in alberghi Hotel.com, ha fatto registrare un fatturato di 1,6 miliardi di dollari, in netta crescita rispetto agli 1,4 miliardi dello stesso periodo del 2004. L'utile netto è invece quasi raddoppiato a 203 milioni.

Gli investitori di Wall Street hanno onorato questi risultati con un rialzo del 13% nel giorno della loro pubblicazione. Nata su iniziativa di Microsoft nel 1996, Expedia ha fatto il proprio debutto sul Nasdaq nel 1999. Neanche tre anni dopo però è stata delistata in seguito all'Opa lanciata dall'IAC/InterActiveCorp del finanziere Barry Diller.

Un altro temibile concorrente per Expedia e Sabre è la spagnola Amadeus, il cui core business è fornire una piattaforma elettronica per la prenotazione dei biglietti delle compagnie aeree ma che grazie a una quota del 55% in Opodo è attiva anche nella vendita di viaggi online.

Di recente Opodo si è rafforzata con l'acquisizione dell'italiana Eviaggi.com, uno dei pochi

veri player italiani assieme a eDreams, e della scandinava Travellink. Queste due operazioni le permettono di coprire l'85% dell'Europa Occidentale. A livello continentale la Scandinavia è il quarto mercato europeo per i viaggi online, con vendite lorde pari a 884 milioni di euro nel 2004. In pole position resta l'Inghilterra, seguita dalla Germania e dalla Francia. L'Italia, pur essendo partita in ritardo, sta velocemente recuperando terreno.

Nel 2003 le vendite di viaggi su Internet pesavano per il 27% sul totale dell'e-commerce, per passare a un corposo 40% nel 2004. E la corsa non si è fermata: nel primo trimestre del 2005 il mercato è cresciuto del 100% sullo stesso periodo dell'anno precedente, circa due volte l'incremento medio registrato negli altri Paesi europei. A livello di prodotto infine si nota un progressivo affrancarsi dalla vendita di soli viaggi last minute, che rappresentano comunque ancora il 70% del totale. Nei mercati più sviluppati la quota è già scesa al 50%, sulla spinta degli utenti che si vogliono organizzare una vacanza su Internet in base alle loro esigenze e non all'offerta di pacchetti che non sono ancora stati venduti a pochi giorni dall'inizio della vacanza.

Un forte sviluppo nei prossimi anni non riguarderà comunque solo il nostro Paese. Secondo la società di consulenza PhoCusWright, a livello mondiale, entro dicembre 2006 un terzo delle prenotazioni totali saranno effettuate via Internet. Numeri da capogiro, anche a partire da quest'anno: PhoCusWright stima per il 2005 un giro d'affari dei viaggi online di 65 miliardi di dollari. Un bel balzo rispetto ai 53 miliardi del 2004 e ai 39,4 miliardi dell'esercizio ancora precedente.

(l. b.)

**Non più solo  
"last minute",  
i clienti si  
organizzano  
vacanze  
su misura**



Da sinistra,  
Dara  
Khosrowshahi  
Ceo di  
Expedia; Sam  
Gilliland,  
presidente e  
Ceo di Sabre

