Burgio e il mercato che cambia: "Le agenzie si trasformano in piccole Ota"

"I tour operator italiani nell’era delle Ota" è il panel di BTO 2015 che ha visto protagonista il presidente di Alpitour Gabriele Burgio e l'ad di Trydoo Adriano Meloni. Burgio ha spiegato che la maggior parte dell'online travel in Italia è costituito dalla biglietteria e in seconda battuta dalle camere d'albergo mentre non ha mai preso piede la vendita dei pacchetti turistici.
Un trend che potrebbe cambiare con le nuove regole europee che avremo dal 2018 ma Burgio avverte: "In Italia abbiamo un problema non di poco conto costituito dai plafond delle carte di credito che non consentono di effettuare pagamenti ingenti online: una criticità trascurabile quando si prenota una camera d'albergo ma insormontabile su pacchetti viaggio da 4-5000 euro"
Burgio si è poi soffermato con noi sul ruolo delle agenzie viaggio, core business di Alpitour per la quale rappresentano il 99% del fatturato, motivo per il quale sono impegnati in un continuo miglioramento dei propri servizi al canale agenziale con riduzione dei tempi d'attesa e semplificazione dei procedimenti amministrativi. Sul rapporto tra agenzie di viaggio e Ota Burgio conclude che i cambiamenti del mercato stanno portando a delle sovrapposizioni con agenzie di viaggio che iniziano a vendere online e a trasformarsi in piccole Ota. Non c'è più dunque una separazione netta tra i due mondi ed è difficile prevedere ciò che accadrà in futuro: secondo Burgio si tratta di un capitolo che non è stato ancora scritto