



L'evoluzione nella distribuzione nel prossimo futuro

Michel De Blust
Segretario Generale ECTAA
www.ectaa.eu

Convegno "NO FRILLS"
Bergamo, 26 settembre 2008



Indice

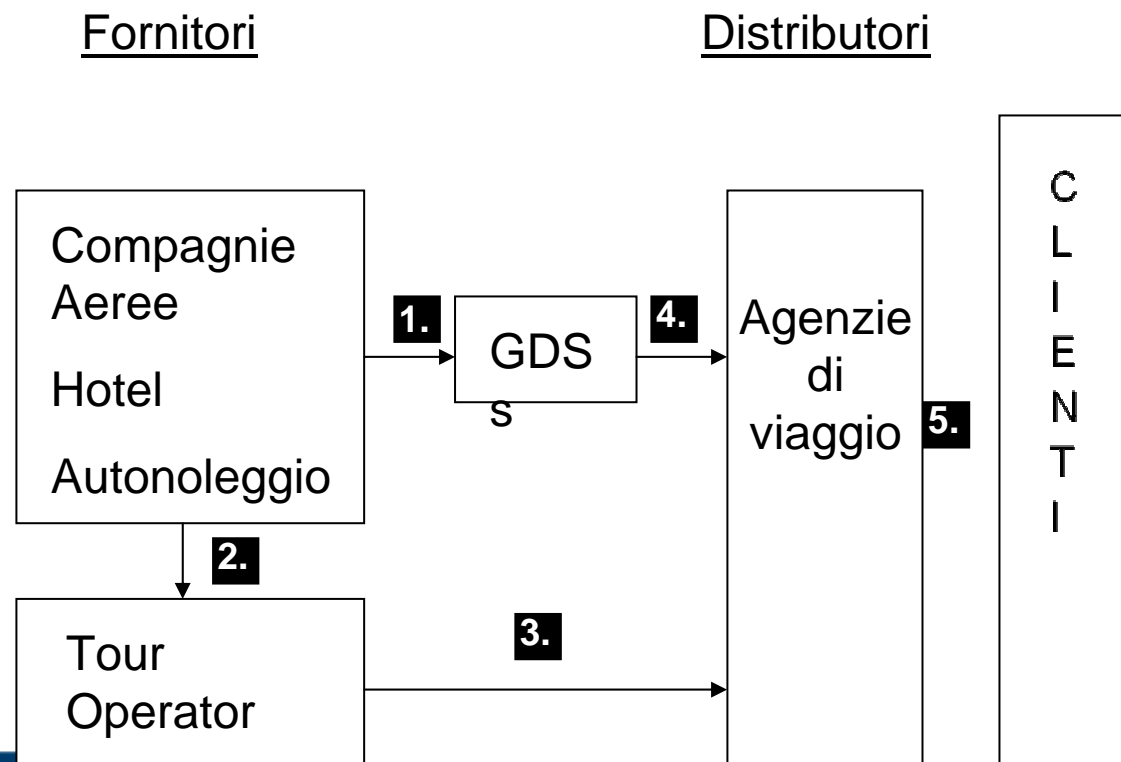
1. La distribuzione in Europa nel 1995;
2. Il “business model” nel 2008;
3. Cosa è cambiato:
 - Trasporto aereo
 - I canali di distribuzione
 - I GDS



Indice

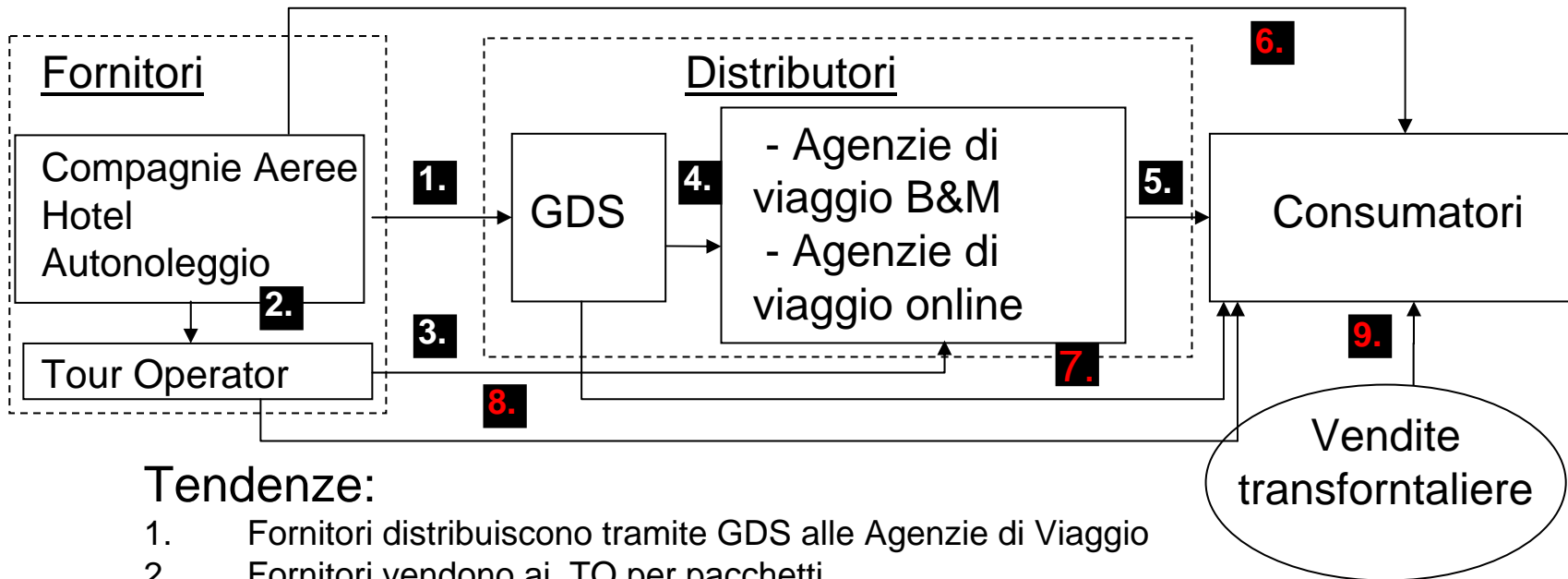
4. Nuove tendenze della distribuzione in Europa;
 - Online vs Offline
 - Futuri scenari della distribuzione
5. Conclusioni:
 - Tendenze nel settore turistico in Europa

1. La distribuzione nel 1995



1. Fornitori distribuiscono alle agenzie di viaggio tramite GDS
2. Fornitori vendono ai TO per realizzazione di pacchetti
3. TO vendono tramite agenzie di viaggio
4. GDS- l'unico canale di prenotazione e emissione biglietti aerei
5. Agenzie di viaggio – l'unico canale di vendita ai clienti

2. Il modello nel 2008



Tendenze:

1. Fornitori distribuiscono tramite GDS alle Agenzie di Viaggio
2. Fornitori vendono ai TO per pacchetti
3. TO vendono tramite agenzie di viaggio
4. GDS "rimangono" un importante canale di prenotazione ed emissione biglietti
5. Online & Agenzie B&M rappresentano solo alcuni dei vari canali di distribuzione al consumatore
6. I fornitori vendono direttamente al consumatore (siti internet, call centres..)
7. GDS vendono al consumatore (agenzie online, etc...)
8. TO vendono direttamente al consumatore
9. Vendite transfrontaliere online

3. Cosa è cambiato?



Trasporto aereo

- Nel 1995, 90% di tutti i passeggeri erano clienti IATA;
- Nell'agosto 2007, 34 compagnie aeree low cost hanno offerto 350.000 voli per una capacità di 48 milioni di posti;
- 28% di tutti i passeggeri aerei in Europa viaggia con una compagnia aerea "low cost" o charter;
- Le compagnie aeree low cost hanno cambiato la percezione dei prodotti aerei e del prezzo. I clienti vedono ora il trasporto aereo come un bene primario.

3. Cosa è cambiato? (cont.)

Trasporto aereo

- C'è stata una crescita del 5,5% di tutti i passeggeri aerei nel 2007 (compagnie di linea + low cost + charters);
- Ma IATA prevede una contrazione dei profitti del settore aereo nel 2008;
- I prezzi della benzina sono aumentati del 53% nei 12 mesi passati;
- Gli operatori del settore industriale prevedono un rallentamento dell'Economia;
- Impatto dell'accordo "Open skies" tra la EU e gli USA sui prezzi dei biglietti aerei.

3. Cosa è cambiato? (cont.)

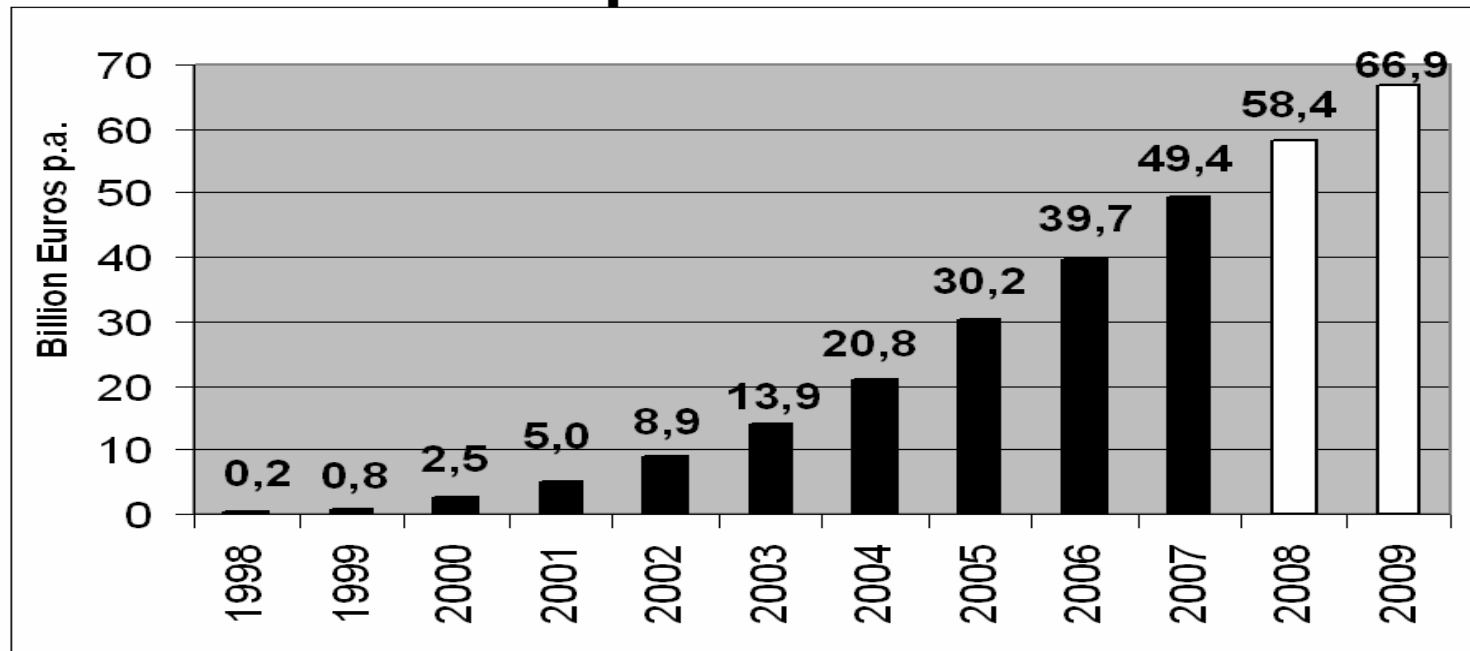
Trasporto aereo

- Riassumendo, come in qualsiasi industria con andamento ciclico, la previsione di quando avverrà il nuovo punto di svolta appare difficile;
- Secondo la banca MORGAN STANLEY, solo le 3 maggiori compagnie aeree e le più grandi compagnie low cost sopravviveranno in Europa dopo il nuovo punto di svolta.

3. Cosa è cambiato? (cont.)

I canali di distribuzione

Trends in overall online travel market size - Europe 1998–2007..2009



Source: Carl H. Marcussen, Centre for Regional and Tourism Research, www.crt.dk/trends, 28 Jan. 2008.

3. Cosa è cambiato? (cont.)

I canali di distribuzione

- 49,4 miliardi di € generati dai canali di distribuzione online nel 2007 da confrontare con i 270€ miliardi del fatturato totale delle agenzie di viaggio in Europa nel 2007;
- Il 65% delle vendite online é generato da fornitori (vendite dirette), il 35% da agenzie online;
- Il 56% delle vendite online é connesso al trasporto aereo (low costs 25%, compagnie di linea 14%, agenzie 17%)
- 15% vendita hotel, 15% pacchetti, 9 % trasporto ferroviario;
- Crescita significativa delle vendite “business travel” online
 - 2005: 2 miliardi €
 - 2006: 4 miliardi €
 - 2007: 9 miliardi €

3. Cosa è cambiato? (cont.)

Importanza e futuro dei GDS

Previsto business mix dei GDS

	2005	2010
Sabre	60% GDS 10% Servizi a Compagnie aeree 30% Distribuzione (1)	40% GDS 10% Servizi a Compagnie aeree 50% Distribuzione
Travelport/Galileo	63% GDS 37% Distribuzione (2)	40% GDS 60% Distribuzione
Amadeus	92% GDS 8% Distribuzione & IT (3)	75% GDS 25% Distribuzione

(Fonte: Roland Berger Int. Consultant)

3. Cosa è cambiato? (cont.)

Importanza e futuro dei GDS

- I GDS sono entrati con rilevanza nel mercato della distribuzione;
- I GDS sono concorrenti diretti delle agenzie di viaggio online;
- L'eventuale deregolamentazione dell'EU potrebbe incoraggiare ulteriormente i GDS a diversificare le proprie attività.

4. Nuove tendenze della distribuzione in Europa

1. Trend generali 2008/2010

- Buona performance dell'economia europea nel 2007;
- La previsione della Banca centrale europea rimane positiva per il 2008 ma possibile rallentamento dell'economia – correlazione diretta tra crescita del PIL ed andamenti positivi nell'industria del turismo;
- La forte competizione continuerà a stimolare cambiamenti strutturali nell'industria – probabili nuove concentrazioni;
- Il maggiore ruolo di Agenzie di Viaggio e consulenti di viaggio richiederà personale altamente qualificato – importanza della programmazione e management del personale;

4. Nuove tendenze della distribuzione in Europa (cont.)

1. Trend generali 2008/2010

- La maggiore concorrenza implica lo sviluppo di prodotti nuovi ed alternativi con valore aggiunto per il cliente: le tendenze attuali in europa includono crociere, wellness, viaggi individuali, nuovi segmenti nei viaggi di lusso, etc...;
- Gli ultimi anni hanno evidenziato la forte esposizione del settore a catastrofi naturali, epidemie, guerre e attacchi terroristici, rendendo la pianificazione della propria attività ancora più difficile - tali eventi richiedono maggiore flessibilità ed adattabilità;
- I cambiamenti nei modelli di profitto hanno un impatto considerevole nella relazione tra fornitore/ distributore → acquirente/venditore e nella relazione agenzia/consumatore → Consulente del Cliente

4. Nuove tendenze della distribuzione in Europa (cont.)

2. Cambiamenti dei modelli di profitto

- Passaggio da una commissione ad un contributo per transazione (transaction fee) – 60% dei profitti delle agenzie di viaggio deriva da costi di transazione e servizio – 80% delle Travel Management Companies e 90% delle agenzie di viaggio online;
- Le agenzie hanno sviluppato nuovi modelli gestionali, snellendo l'attività tramite procedure automatiche ed utilizzando in misura sempre maggiore i call centers, strumenti per il selfbooking,, etc...
- La riduzione di costi tramite sistemi mid-office – piattaforme per acquistare e prenotare tutte le componenti del viaggio – maggiore automazione dei processi;
- Le agenzie di viaggio hanno bisogno di maggiore pianificazione e monitoraggio delle performance della compagnia (budget, analisi sulla profittabilità per prodotto/servizio, etc).

4. Nuove tendenze della distribuzione in Europa (cont.)

Futuri scenari

4 diversi modelli di business

Distribuzione diretta

Vendita specializzata

Discount

Prodotti di nicchia

- * Compagnie aeree low cost;
- * Treno;
- * Soggiorno;

→ Soprattutto online

- * Offerta Globale
- * Agenzie come consulenti di viaggio;
- * Importanza di IT efficienti

→ Agenzie di viaggio molto remunerative

- * Offerta standardizzata
- * Limitata scelta di prodotti
- * Alto grado di automazione

→ Agenzie last minute

- * Specializzazione in un numero limitato di segmenti
- * zone urbane;
- * Ruolo di consulente

→ Agenzie e TO di nicchia

4. Nuove tendenze della distribuzione in Europa (cont.)



Futuri scenari della distribuzione

- Le agenzie dovranno posizionarsi secondo uno dei modelli descritti; Il consumatore deve essere in grado di individuare il valore aggiunto dell'agenzia;
- Le agenzie dovranno scegliere un modello organizzativo in base al modello di business individuato;
- La dimensione sarà sempre più importante per raggiungere la domanda e per maggiore potere contrattuale;
- Il consumatore è alla ricerca di un consiglio professionale, che sarà felice di pagare.

4. Conclusioni



- Ulteriore crescita del settore nel lungo termine;
- Ulteriori cambiamenti nella relazione tra fornitori/agenzie e clienti – cambiamenti sempre più rapidi;
- I nuovi modelli di profitto modificheranno ulteriormente la relazione con fornitori e clienti;
- Non c'è una soluzione adatta a tutti, ma una serie di tendenze che vale la pena di considerare.

4. Conclusioni – Tendenze del settore in Europa



- **TRASPORTI:** Aumentata disponibilità di treni ad alta velocità e vettori low cost su sempre maggiori destinazioni;
- **SOSTENIBILITA':** la coscienza ambientale aumenterà nei viaggiatori;
- **SICUREZZA:** terrorismo, guerre regionali ed epidemie hanno un impatto su destinazioni considerate non sicure;

4. Conclusioni – Tendenze del settore in Europa



- SALUTE: la maggiore consapevolezza dei problemi legati alla salute influenza la domanda turistica;
- CULTURA ED EDUCAZIONE: aumentata domanda di prodotti di viaggio con alto contenuto culturale ed educativo.
- CONSUMATORI PIU' ESIGENTI: atteggiamento critico e ricerca di un buon rapporto qualità/prezzo

(fonte: ETC)



Grazie per l'attenzione
www.ectaa.eu