*Comunicato Stampa*

**BIT 2022: VA ONLINE GATTINONITRAVEL.IT**

**IL SITO E-COMMERCE B2C DOTATO DI TUTTI I PRODOTTI GATTINONI**

*Milano, 1 aprile 2022.* Il Gruppo Gattinoni partecipa all’edizione 2022 della Borsa Internazionale del Turismo e, con l’occasione, lancia il portale [**gattinonitravel.it**](http://www.gattinonitravel.it), il sito e-commerce dedicato al consumatore che rappresenta il secondo step del progetto B2B2C annunciato lo scorso ottobre.

Con un notevole investimento tecnologico, il sito è pronto. **Rappresenta una novità per il mercato e un’opportunità per i consumatori**.

Il motivo di questa scelta e degli investimenti che ne sono seguiti si specchia nei dati evidenziati dall’ultimo **Osservatorio del Politecnico di Milano, relativi al monitoraggio nell’Innovazione Digitale nel Turismo**.

La ricerca, che ha comparato il triennio 2019-2021, ha affermato con vigore quanto siano cambiati i comportamenti di chi in Italia si appresta ad acquistare un viaggio/vacanza. Il **mercato e-commerce nel turismo è cresciuto nel 2021**, in tutte le voci: trasporti, strutture, pacchetti e tour.

La ricerca ha analizzato l’incidenza delle prenotazioni fatte in autonomia dai consumatori, senza intermediazioni. Nel 2021 i trasporti (passaggi aerei, traghetti, autonoleggi) sono stati acquistati tramite e-commerce per il 62% e di questo dato l’84% è stato fatto in autonomia.

Sempre nel 2021 la ricettività prenotata è stata composta al 37% da strutture alberghiere e al 63% da extra alberghiero (case vacanze, campeggi, B&B); queste prenotazioni sono avvenute in formula e-commerce per il 55%, di cui in autonomia il 41%.

Numeri e percentuali sono indicatori insindacabili del **cambiamento fatto dalla popolazione italiana** quanto ad azioni dirette; parallelamente “parlano” alle agenzie di viaggio della necessità di cogliere queste nuove istanze, e strutturarsi per allinearsi, soddisfacendole, anticipandole, acquisendo quelle ampie fette che non hanno finora valutato di rivolgersi a professionisti, che invece saprebbero orientare, consigliare e tutelare.

Il nuovo sito [www.gattinonitravel.it](http://www.gattinonitravel.it) vuole quindi rivolgersi:

- ai viaggiatori, cui indirizzerà una campagna pubblicitaria multicanale;

- alle agenzie, che avranno la possibilità di capitalizzare quanto scelto dal consumatore e di essere propositive loro stesse usando lo strumento.

Il funzionamento è molto intuitivo. **L’utente può divertirsi nel comporre il proprio puzzle:** partendo da un soggiorno può agganciare trasporti, trasferimenti, attività come mostre, concerti, escursioni. Oppure può visualizzare nel dettaglio un tour, semplificando itinerario e servizi.

Inserendo le ipotetiche date del viaggio, **compare un preventivo**. L’utente può confermarlo subito con carta di credito, salvarlo o inviarlo a familiari/amici per condividerlo e confrontarsi. Potrà inoltrarlo alla sua agenzia preferita o a una di prossimità, così che l’agente possa controllare e implementare. La **piattaforma per le agenzie è la versione B2B del portale**, il corrispettivo esatto, e in caso di conferma la prenotazione registrerà la commissione. La dotazione della piattaforma alle **agenzie Gattinoni Mondo di Vacanze** sta avvenendo con gradualità dal gennaio scorso, procedendo a gruppi di decine.

Il Gruppo Gattinoni ha in dotazione **un’enorme offerta di prodotto**. Questo patrimonio si traduce in uno store molto ricco per chi desidera viaggiare e in un’opportunità altrettanto grande per le agenzie di incrementare clientela e fatturato.

Commenta **Sergio Testi, Direttore Generale Gruppo Gattinoni:** *“oggi la multicanalità è imprescindibile per attrarre e conservare chi sceglie e chi acquista. Noi ci adoperiamo per far ripartire le agenzie orientandole verso un cliente che è cambiato moltissimo, che ha esigenze completamente diverse, che si sente molto più autonomo e capace di organizzarsi la vacanza. Le agenzie non devono spaventarsi di questo ma prepararsi ad affrontare i clienti in maniera diversa, avvicinandoli attraverso la multicanalità e assecondandoli nel modo migliore. Dobbiamo saperci orientare verso nuovi cluster di clientela, essere innovativi e veloci nella modalità di gestione dei clienti, sui fronti preventivazione, vendita e fidelizzazione. Come Gruppo possediamo nuovi strumenti, novità nel leisure e nel business travel; insieme possiamo raggiungere numeriche superiori a quelle del 2019”.*

Lo stand Gattinoni Travel (Padiglione 4 Corsia 134) sarà uno spazio di 30 mq con tre aree: una zona dedicata al photoboot, dove si raccolgono nominativi consumer per newsletter e concorso con estrazione di premi (set di valige). Una zona iPad dove sperimentare personalmente le funzionalità del nuovo portale [www.gattinonitravel.it](http://www.gattinonitravel.it), insieme ai Travel Agent e un’area fornitori in cui sarà possibile prendere appuntamenti con i referenti prodotto Gattinoni.

Il network, composto dalle agenzie Gattinoni Mondo di Vacanze e My Network, sarà invece all’interno dello stand FTO (Padiglione 4 Corsia 131).

Per informazioni alla stampa:

***Sara Ferdeghini***

[sara@ferdeghinicomunicazione.it](mailto:sara@ferdeghinicomunicazione.it)

cell: 335.7488592

Ufficio Stampa Gruppo Gattinoni

Ferdeghini Comunicazione Srl

**------------------------------------------------------------------------------------------------------------------**

Gattinoni nasce a Lecco nel 1983 dalla passione per i viaggi e l’organizzazione di eventi di Franco Gattinoni, fondatore e tuttora presidente del gruppo. Con lui lavorano oltre 450 persone che condividono lo stesso piacere e la stessa professionalità nell’organizzare viaggi ed eventi su misura, con passione e attenzione a ogni dettaglio. Sotto il marchio Gattinoni operano 5 divisioni che si occupano di diverse aree di business: MICE (Logistics, Live Communication, Healthcare, Made in Italy), Business Travel, il prodotto Gattinoni Travel e i due network Mondo di Vacanze e MYNetwork Viaggi&Vacanze.

Con sede a Milano, il gruppo ha diverse unità operative: MICE (Milano, Lecco, Torino e Roma), Business Travel (Monza, Milano, Bologna, Torino e Roma), e 32 agenzie di proprietà nel Nord e Centro Italia. Inoltre, i network contano quasi 1500 agenzie affiliate in Italia, Svizzera e San Marino.