

La scalata di Comparior

Aumenta l'offerta alberghiera del portale di comparazione

È cresciuto con la forza del passaparola prima ancora che con quella della comunicazione e oggi è di fatto un punto di riferimento nel mercato dei metamotori. Alla vigilia del giro di boa dei due anni di vita Comparior.it traccia un primo bilancio positivo della propria attività, concentrata sul settore alberghiero online: "Oggi possiamo offrire agli utenti la comparazione di 13 tra i principali portali internazionali di hotel - sottolinea il direttore marketing Alberto Unger (nella foto) - e nelle prossime settimane se ne aggiungerà un altro, un nome di assoluto rilievo nel mercato".

Un altro passo avanti che consentirà a Comparior di incrementare il portfolio, che oggi conta circa 200mila strutture alberghiere e 25mila extralberghiere. "Su quest'ultimo fronte, in particolare - prosegue Unger -, vogliamo concentrare i nostri sforzi per il 2009, ponendoci come obiettivo la separazione delle funzioni. Un'impresa non molto semplice, però, perché il panorama dei portali di riferimento è ancora molto frammentato". Altra strada che Comparior intende continuare a percor-



I NUMERI

PORTALI	13
HOTEL	200mila
EXTRALBERG.	25mila
UTENTI/MESE	200mila
DESTINAZIONI	75mila
MEDIA NOTTI	3

re è quella di continuare a cercare partnership che consentano di aumentare la capillarità dell'offerta, riuscendo a coprire con efficacia anche i centri minori. Analizzando l'andamento di mercato

sulla base dei movimenti e delle prenotazioni all'interno del metamotore (che conta su una media di circa 200mila utenti al mese) Unger mette in evidenza un'affermazione dell'advance booking: "Ormai è una realtà anche sul mercato italiano e riceviamo prenotazioni non soltanto per i ponti di fine anno o gennaio, ma ci sono già pratiche per la prossima stagione estiva. Sicuramente non possiamo negare che la crisi economica c'è e si sente ma, per quanto ci riguarda, possiamo ancora contare su numeri in netta crescita". Le tendenze, poi, parlano di una prevalenza dello short break da 3 giorni e, a seguire, dal soggiorno da 7 giorni, con un deciso ritorno delle capitali europee, Barcellona e Parigi su tutte.

Tra le ultime novità inserite sul sito c'è anche la funzione di geolocalizzazione, subito molto usata "anche perché abbiamo notato un aumento dell'utilizzo del sito da parte degli utenti business - conclude il direttore marketing -, in particolare i liberi professionisti; e per loro l'ubicazione di un hotel è assolutamente fondamentale".

Lino Vuotto