

ITALIANI IN VACANZA: MEGLIO SE LONTANO DALLE FOLLE, NEL PROPRIO PAESE, IN SICUREZZA SANITARIA E ASSICURATI

Una ricerca condotta da AstraRicerche, presentata oggi per la prima volta nell'ambito di See the Next/Trend Academy della Camera di Commercio di Bari, fotografa le preferenze degli italiani in merito di viaggi e turismo. Relax ed enogastronomia guidano le scelte. Italia meta preferita

Bari 28 maggio - Una ricerca condotta da AstraRicerche, che è stata presentata oggi per la prima volta nell'ambito di Trend Academy/See the Next della Camera di Commercio di Bari, fotografa le preferenze degli italiani in merito di viaggi e turismo.

«Dalla ricerca è emerso che gli italiani per vivere i loro viaggi in serenità organizzano tutto con largo anticipo e nel dettaglio - dichiara il presidente della Camera di Commercio di Bari, Alessandro Ambrosi - e inoltre si fa strada un tipo di viaggiatore, rappresentato dai giovani tra i 18 e i 34 anni, che vuole provare esperienze nuove. Aziende e operatori non potranno non tenerne conto nel disegnare l'offerta dei prossimi anni, soprattutto quelli pugliesi, essendo la Puglia fra le mete preferite».

L'Italia è preferita come meta turistica dal 71.5% degli italiani, e in particolare degli over 55enni (81.0%) – molto meno indicate le destinazioni più lontane, come Stati Uniti e Canada (43.0% 18-24enni; 32.0% per i 25-34enni), seguiti da Asia e Medio Oriente (23% 18-24enni; 27% per i 25-34enni), Sud America e Oceania (18% tra i 18-24enni e 19% tra i 25-34enni).

Nel nostro Paese, le regioni preferite sono la Sicilia, la Sardegna e la Puglia; fuori dal podio la Toscana, seguita dalla prima delle regioni del Nord (Trentino-Alto Adige).

Nell'epoca post Covid-19 gli italiani continueranno a preferire la 'sicurezza', scegliendo come prima opzione i viaggi in luoghi a bassa pressione turistica (26.0% come preferita tra le idee proposte, tra le tre preferite per il 60.6%). Interessante notare come ci sia spazio per una nuova modalità di fare turismo: il non-viaggio, ovvero rimanere a casa ma partecipare tutti i giorni a 'gite' organizzate in città o fuori porta (il 29.2% la indica tra le prime tre scelte).

Per quanto riguarda la scelta delle strutture in cui alloggiare la preferenza va a quelle "pet friendly" (in cui vengono accettati i cani, 33.6% che sale al 40% tra i 18-24 anni); a quelle che garantiscono silenzio e tranquillità (26.0%) e a quelle gay-friendly (20.9% ma ben il 37% tra i 18-24enni).

Ma in questo periodo viene richiesta soprattutto la pulizia/disinfezione frequente degli spazi comuni (78.0%), il personale con mascherina e guanti (75.8%) e il distanziamento negli spazi comuni (77,2%); di particolare interesse è la forte richiesta di poter svolgere disinfezione in autonomia della propria stanza (67.7%) e la fornitura degli strumenti per effettuarla (69.7%).

Patrizia Martello, esperta di tendenze e culture di consumo, commenta: *«Il digitale, l'intelligenza artificiale e la robotica cominciano ad avere interessanti applicazioni nel mondo dell'offerta turistica. In molti hotel il room service è fatto da robot refrigerati e alla reception chiediamo una stanza a un robot umanoide, i video promozionali con riprese dall'alto fatte dai droni stanno cambiando lo standard emozionale dello storytelling e del marketing, la semplice connessione trasforma le destinazioni di vacanza a misura di lavoro da remoto e allunga la permanenza».*

Nella scelta della vacanza gli italiani pongono al primo posto relax e benessere (il 25.2% del campione) e al secondo l'aspetto enogastronomico (14.4%) e al terzo il contatto con le comunità locali (15.2%).

Cosimo Finzi, Direttore di AstraRicerche, sottolinea che *«il viaggio del futuro ha nell'esperienza multisensoriale il suo vero punto di forza, e nella capacità di rigenerare mente e fisico il suo punto di partenza imprescindibile; il turismo-non-turistico potrebbe dare forza all'immenso patrimonio di natura, arte, tradizioni, offerte alimentari che il nostro Paese ha grazie ai borghi e alle aree comunemente ignorati dai grandi flussi turistici»*.

Per 'garantire' i viaggi (generalmente prenotati con largo anticipo) in questo particolare momento, il 47.1% degli italiani richiede il rimborso quasi totale della spesa sostenuta, mentre l'altra metà circa del campione preferirebbe soluzioni di flessibilità, quali lo spostamento della data del viaggio (33.7%) o persino la cessione del pacchetto acquistato ad altri (19.2%).

I Capsule hotel - strutture ricettive pensate per far riposare gli ospiti con mini-spazi "capsule" per dormire e poco più - sono conosciuti dal 45.2% degli italiani (53% tra i 18-34enni). L'opinione su questa tipologia di struttura divide il campione equamente su due posizioni nettamente contrapposte: circa un terzo la considera poco o per niente valida (in particolare i 55-65enni - 40%) e un altro terzo, al contrario, la considera una valida soluzione (41% tra i 25-34enni e 38% tra i 18-24enni).

Le prossime puntate di Trend Academy/See the Next saranno dedicate al turismo alla moda (1 giugno) e al retail (4 giugno).