

OSSERVATORIO BIT: NEL 2021 TURISMO DI PROSSIMITA' E OPEN AIR

Un po' in tutte le lingue, il termine tedesco Wanderlust è sinonimo dell'innato desiderio di viaggiare, muoversi, conoscere, esplorare che caratterizza l'essere umano. E in quest'ultimo anno di limitazioni agli spostamenti abbiamo constatato quanto questo istinto sia davvero radicato: nei mesi in cui le condizioni lo hanno consentito, infatti, in molti hanno scelto di non rinunciare a vacanze e viaggi. Cosa succederà nel 2021? Grazie al costante dialogo e confronto di **Fiera Milano** con tutti gli attori delle filiere, l'Osservatorio di BIT Borsa Internazionale del Turismo ha provato a delineare alcuni desiderata dei viaggiatori al di là degli aspetti operativi ancora in evoluzione. Pressoché tutti gli analisti e gli operatori prevedono una conferma del turismo di prossimità, in particolare in versione open air e nella natura. Secondo un'indagine di TripAdvisor, il dei viaggiatori italiani prevede di rimanere vicino a casa, il di raggiungere destinazioni che distano non più di 90 minuti dalla propria residenza e ben un terzo, il poco sopra i 90 minuti. Nel Regno Unito la percentuale di chi resterà vicino a casa sale al e negli Stati Uniti al Un trend che potrebbe favorire, per esempio, le destinazioni di montagna vicine alle aree più popolate, come quelle dell'arco alpino e appenninico oltre ai piccoli borghi, l'ospitalità diffusa e il turismo lento in generale. L'enogastronomia resterà un potente motivatore che troverà nelle strade del vino e dell'olio, e nei distretti dei prodotti DOP, potenziali attrattori.

Ma anche l'ormai onnipresente tecnologia giocherà un ruolo. Un'altra ricerca, questa volta di OPPO Smart Studies, sottolinea che le precauzioni igienico-sanitarie porteranno i viaggiatori a optare per un "turismo di precisione": anche chi di solito ama la vacanza-avventura quest'anno tenderà a progettare in anticipo in ogni dettaglio, utilizzando strumenti digitali e online. Un'indicazione importante, questa, per aiutare destinazioni e operatori a orientare le strategie, in linea con le proprie specificità. L'Osservatorio sui Consumi di ShopFully conferma che il desiderio più diffuso tra i consumatori è tornare a viaggiare, prima opzione per oltre il 40% degli intervistati. Poiché l'emergenza ha inciso sulle capacità di spesa della classe media, la sfida per il 2020 sarà coniugare esperienze uniche, capaci di motivare i potenziali viaggiatori, con i limiti di budget. Ecco quindi che, rafforzando una tendenza già in atto da alcuni anni, il lusso si ridefinisce sempre più come possibilità di accedere a luoghi e momenti "once in a lifetime" piuttosto che come prezzo premium. Piccoli ristoranti di charme con pochissimi coperti, monumenti a ingresso contingentato – pensiamo al Cenacolo a Milano –, passeggiate su sentieri dove si cammina uno alla volta... le possibilità sono infinite. Un'altra grande sfida per il settore sarà riuscire a combinare l'esigenza di elevata pianificazione con il desiderio di spontaneità

che, secondo un'indagine di Hotels.com, caratterizzerà il ritorno ai viaggi dopo un anno caratterizzato da molti obblighi e prescrizioni. La possibile risposta? Puntare sulle "coccole": proponendo upgrade, ancora maggiore cura per ristoranti, lounge e colazioni, escursioni ed esperienze nuove e originali fuori dall'hotel. Accanto a questi ultimi, si riconferma l'interesse per sistemazioni extra-alberghiere di charme come trulli in Puglia, case rupestri a Matera, agriturismi e B&B in dimore storiche

Condividi: Fai clic qui per condividere su Twitter (Si apre in una nuova finestra) Fai clic per condividere su Facebook (Si apre in una nuova finestra) Fai clic qui per condividere su LinkedIn (Si apre in una nuova finestra) Fai clic qui per condividere su Pinterest (Si apre in una nuova finestra) Fai clic per condividere su WhatsApp (Si apre in una nuova finestra)

[OSSERVATORIO BIT: NEL 2021 TURISMO DI PROSSIMITA' E OPEN AIR]