Perché si viaggia? Secondo TripBarometer per “migliorare la prospettiva”

È il **sondaggiosu strutture ricettive e viaggiatori più grande del mondo**, che evidenzia le tendenze di viaggio nazionali e globali secondo **più di 53.000 viaggiatori e albergatori in tutto il mondo, di cui 6.294 rispondenti dall’Italia**. L’ultimo appuntamento semestrale del **TripBarometer di TripAdvisor**, condotto da Ipsos e giunto alla quarta edizione, ritorna con una novità: il report “TripBarometer: Psicologia del Viaggio” che esamina le motivazioni che stanno dietro alle scelte di vacanza, le emozioni nelle varie fasi di un viaggio e l’impatto post-vacanza sui viaggiatori.

I risultati di questo approccio rivelano che **“migliorare la prospettiva” è l’esperienza che la maggior parte dei viaggiatori italiani vuole da una vacanza** (77%), seguita da “**immersione**” (55%) e “**relazioni**” (51%). Non manca la categoria motivazionale “**ordine**”, scelta curiosamene da più di 1 italiano su 4 (28%) contro una media europea di meno di 1 su 5 (19%), il che significa che **gli italiani sentono più della media europea la necessità di evitare sorprese e utilizzare il tempo per riprendere il controllo**.

Al contrario, **gli italiani non sembrano essere interessati alle "esperienze emozionanti"** (15%) e al “lusso” (19%), che risulta invece essere una delle motivazioni principali ad esempio dei russi.

Sul fronte dell’offerta, **il 77% degli albergatori italiani ha risposto di voler dare ai propri ospiti una sensazione di “armonia”.** Nonostante questo non sia in linea con la principale motivazione dei viaggiatori in vacanza, **quasi 3 albergatori italiani su 5 (58%) si sono dichiarati desiderosi di fornire un’esperienza che offra un senso di “immersione**” e, ??per più della metà di loro, di “ **liberazione**” (52%). Vi è chiaramente un’opportunità per gli albergatori di distinguersi dalla concorrenza offrendo più esperienze che permettano agli ospiti di ampliare i propri orizzonti durante la vacanza, che corrisponde alla motivazione preferita dai viaggiatori: “migliorare la prospettiva”.

I viaggiatori spesso portano a casa souvenir dalle proprie vacanze ma cos’altro? In questa edizione del TripBarometer è stato chiesto agli intervistati di ripensare ai propri viaggi e indicare ciò che il risultato di un viaggio li ha spinti a fare. **Più della metà dei viaggiatori italiani (51%) ha dichiarato che il ritorno a casa da un viaggio li ha spinti a pianificare un’altra vacanza e oltre un terzo (39%) a introdurre nuovi cibi nella propria dieta**.

Dall’altro lato, quasi la metà degli albergatori italiani (49%) incoraggia i propri ospiti a scrivere recensioni online dopo il loro soggiorno e a raccomandare l’hotel a parenti e amici. Degno di nota anche il fatto che **il 43% degli albergatori italiani abbia dichiarato di cercare di costruire relazioni durature con i propri ospit**i e che uno su cinque (20%) lasci un omaggio agli ospiti la notte prima del check-out.