Crociere e turismo medico, le “passioni” dei viaggiatori del 2018

Riflettori puntati sui mercati emergenti, che potrebbero essere l’ago della bilancia dell’intero sistema turistico. **Per questi bacini, il viaggio è al terzo posto tra i prodotti d’acquisto più ambiti, dopo le nuove tecnologie e l’abbigliamento**. Con alcune interessanti evoluzioni sul fronte delle abitudini di consumo. A mano a mano che ci si avvicinerà alla fine del decennio infatti, **i viaggiatori si dimostreranno ancora più interessati di oggi a crociere e turismo medico**. Sono alcune delle indicazioni emerse a TTG Incontri dalla **WTM Vision Conference, appuntamento organizzato in collaborazione con il World Travel Market di Londra e con il contributo dei dati mondiali sul turismo elaborati da Euromonitor, con previsioni fino al 2018**.

A dispetto della situazione economica globale, l’industria turistica dimostra una buona capacità di tenuta, con un **tasso di crescita previsto per i prossimi 4 anni del 4% annuo su scala mondiale**: **la Cina risulta essere il Paese che nei prossimi anni incrementerà maggiormente i viaggi all’estero** e che ha la più accentuata prospettiva di crescita della spesa per i viaggi fuori confine. La seguono, anche se a lunga distanza, Russia, Arabia Saudita e Turchia.

La prospettiva di una maggiore propensione alla spesa da parte dei turisti in arrivo dalla Cina incoraggia il comparto alberghiero che, ad oggi, tratta con un mercato per lo più interessato alle strutture di costo medio o basso. “L’orientamento alla sistemazione negli hotel di standard elevato rimane infatti una spiccata prerogativa del viaggiatore statunitense e messicano” mentre, come anticipa **Angelo Rossini**, online travel analyst di Euromonitor International, “a livello generale, le strutture che riscuoteranno il maggiore gradimento saranno quelle mid-price”. Sul fronte della ricerca e della vendita di prodotti turistici, proseguirà in modo deciso l’impennata degli smartphone, in netta preponderanza su tablet, laptop e PC, che verranno utilizzati non solo per fare ricerche e informarsi, ma anche per prenotare il viaggio: “altri punti di crescita – ha spiegato Angelo Rossini, Travel and Tourism Analyst per Euromonitor -, sono anche previsti per l’on-line travel, che va espandendosi sui mercati turistici del pianeta nelle sue declinazioni più diverse: siti web, app speciali, geolocalizzazione, mobile alert e mobile booking”.

L’applicazione delle nuove tecnologie innescherà però cambiamenti nel modo di viaggiare: il diffondersi delle tecnologie indossabili, per esempio, garantirà in ogni momento informazioni in tempo

reale sullo stato dei trasporti oppure sugli itinerari praticabili o sulle difficoltà momentanee generate da imprevisti.
Ci sarà inoltre, dice Euromonitor, un maggiore impiego degli ologrammi attraverso i quali, ad esempio negli aeroporti, sarà possibile creare assistenti virtuali a disposizione dei viaggiatori in difficoltà.