Cresce il turismo di lusso: le 6 tribù di viaggiatori secondo Amadeus

Connessi, senza tempo e vanitosi: il report di Amadeus "Future Traveller Tribes 2030: Understanding Tomorrow's Traveller" svela i viaggiatori del lusso di domani.
Il report evidenzia una stabile crescita del 2,8% anno su anno dei viaggi tramite jet privato nell'Europa Occidentale, ciò dovuto alla preferenza accordata da individui con patrimoni estremamente consistenti e da parte di piccoli gruppi organizzati. Quanto all'Italia, in linea con il resto d'Europa, ha confermando un trend positivo.
"Nei prossimi dieci anni il tasso di crescita dei viaggi di lusso oltreconfine si prospetta essere del 6,2%, quasi di un terzo superiore al resto del mondo dei viaggi (4,8%), sintomo della progressiva polarizzazione del mondo dei viaggi", commenta **Francesca Benati**, **Amministratore Delegato e Direttore Generale di Amadeus Italia.**

Le destinazioni del periodo di Natale

Per il segmento Luxury a dicembre si registra una crescita per l'incoming in Italia del +17%; si tratta di un incremento decisamente più forte rispetto a tutto il resto del volato incoming a Dicembre, che si ferma al + 1,7%. In particolare, da notare un trend estremamente positivo del comparto per la Germania che incassa un +60%, seguita dal Sudafrica al 58%e dalla Gran Bretagna 49%. Il Giappone è l'unico Paese a registrare un trend negativo, pari a -26%.
In considerazione delle mete preferite, Roma resta la prima destinazione, ma le città con crescita più significativa sono Venezia, Bologna e Firenze.

Le sei Luxury Traveller Tribes

La nuova ricerca di **Amadeus Travel Intelligence** ha portato alla definizione delle Luxury Traveller Tribes: si tratta della prossima generazione dei viaggiatori di lusso, che devono essere compresi nelle loro personalità e caratteristiche da parte degli operatori del mondo dei viaggi, al fine di realizzare prodotti e servizi su misura rispetto alle loro aspettative.
Lusso Sempre 4%

Il denaro non è oggetto di particolare attenzione per questa tribù di viaggiatori. Il lusso fa parte della vita quotidiana per loro. Il lusso è un requisito minimo, piuttosto che un vantaggio, e uno strumento essenziale per rendere la loro vita discreta, facile e confortevole.
Meta consigliata: Dubai

Occasioni Speciali 20%

Per loro, viaggiare nel lusso è un piacere da ottenere invece che un elemento quotidiano. Utilizzano i punti fedeltà per ottenere la classe di viaggio premium o per cercare pregiate esperienze culinarie. Rinunciano al comfort in certe fasi del viaggio se in cambio ottengono un'esperienza sopra le righe.
Meta consigliata: New York, USA

Bluxury 31%

Il loro viaggio ha un obiettivo di lavoro, ma avranno la seniority e un salario tale da poter estendere il soggiorno per svolgere attività ricreative e rilassanti in pieno lusso. La loro priorità sono legate al lavoro, ma vorranno massimizzare il tempo libero una volta raggiunto lo scopo principale del viaggio.
Meta consigliata: Londra

Facoltosi Senza Tempo 24%

I membri di questa tribù non hanno necessariamente un obiettivo specifico durante il loro viaggio, bensì responsabilità che dettano precisamente i tempi della loro agenda. Sono molto propensi a delegare a terzi più esperti di loro la pianificazione del viaggio. Desiderano momenti di privacy per dedicarsi a se stessi o alle persone amate.
Meta consigliata: Sudafrica

Opulenza Estrema 18%

Questa tribù ricerca le esperienze più glamour disponibili. La condivisione di queste sui social network è di grande importanza per i membri di questa tribù, che vogliono essere visti per avere la massima gratificazione. Amano i luoghi più scenografici e di estrema bellezza, per colpire i follower.
Meta consigliata: South Beach, Miami USA

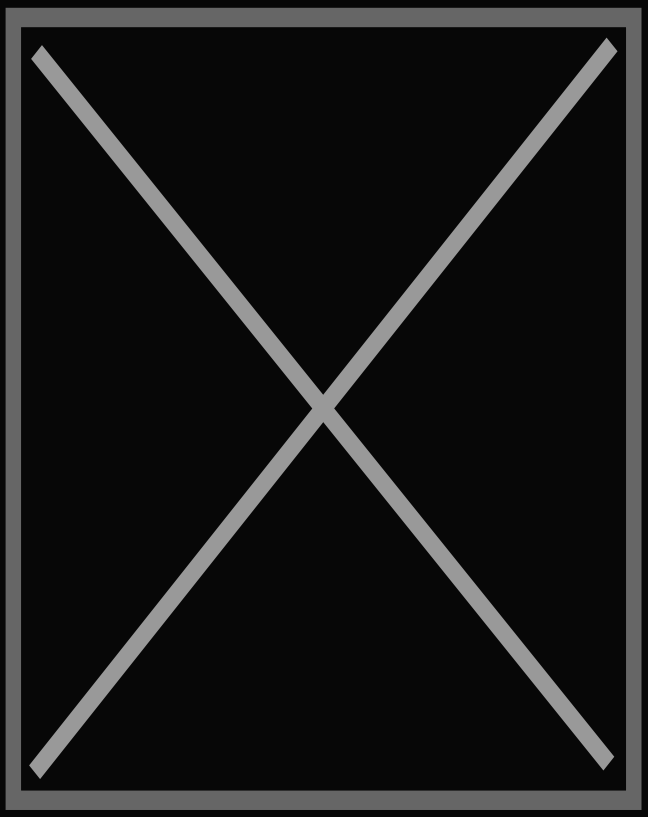
Indipendenti & Facoltosi 3%

Questa tribù si dedica alle esperienze lussuose per coccolarsi o provare qualcosa di nuovo. Hanno pochi legami affettivi e prendono le decisioni in autonomia, viaggiando spesso da soli. Volano in luoghi che permettono di fare nuovi incontri e amicizie, amano sentirsi considerati e supportati dagli agenti di viaggio, e apprezzano le esperienze diversificate.
Meta consigliata: Isole Gili, Indonesia

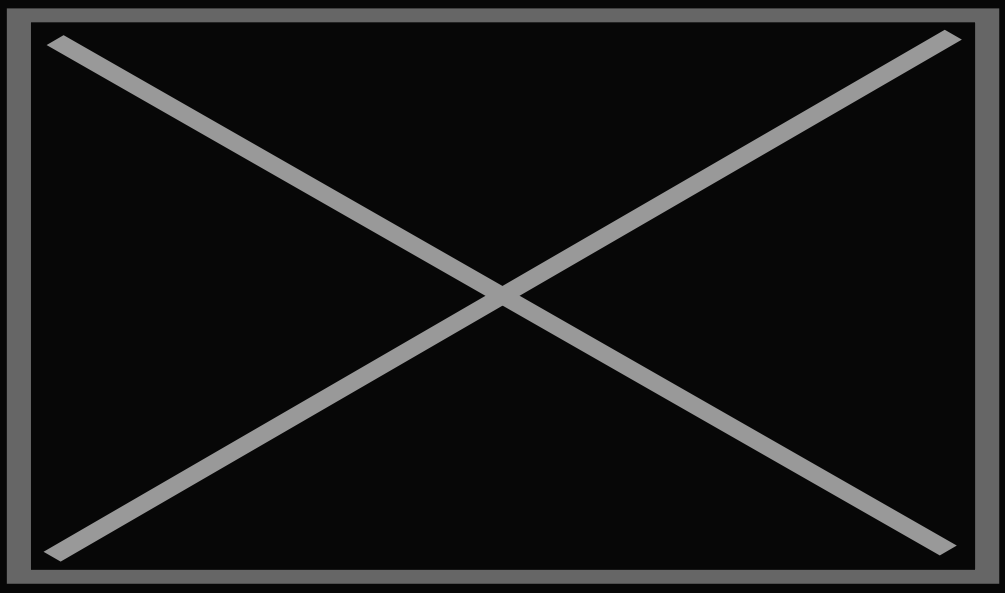
Esperienze VS beni materiali

I turisti della classe media dei mercati emergenti ricercano il possesso di beni materiali. Tuttavia, in questo contesto il lusso diventa meno esclusivo agli occhi di chi ne è consumatore già da anni. Nei

mercati maturi si osserva invece che vi è stata un’evoluzione tale da rendere gli esponenti delle classi medio-alte più interessati alle esperienze, che alle cose da possedere. Si tratta di un trend chiave per comprendere il futuro del luxury travel.



La piramide di Maslow del Luxury Traveller



La gerarchia dei bisogni di Maslow può essere applicata all'esperienza di viaggio. Più il viaggiatore è abituato al lusso, più avrà bisogno di ottenere risposta ai bisogni più alto nella piramide, per mantenere ed innalzare il proprio livello di soddisfazione. Questa gerarchia di bisogni è stata validata

da un pool di esperti del luxury travel in occasione dell’evento Connections Luxury 2016.
Informazioni sul report La ricerca ha coinvolto Tourism Economics, un pool di analisti di Amadeus Travel Intelligence, l’organizzazione Connection Events, il giornale The Telegraph e diversi esperti del settore, e dimostra che il settore dei viaggi corre più velocemente del prodotto interno lordo mondiale.