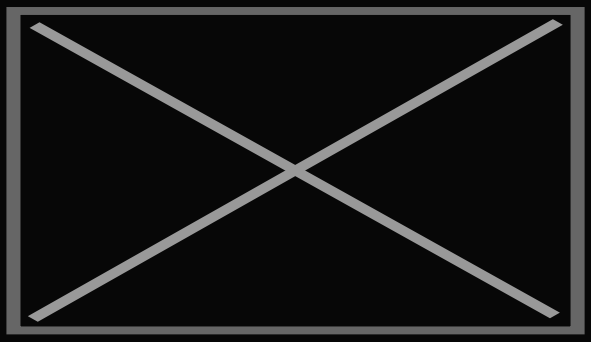
Viaggi di lusso: le tendenze 2018 in una ricerca di AIGO e Pangaea Network

AIGO presenta i risultati della quinta edizione di “Viaggi di lusso: le tendenze internazionali”, la ricerca condotta con i partner di **Pangaea Network**, associazione costituita da 12 agenzie indipendenti specializzate nel settore del turismo internazionale. L’intento di questo nuovo studio è di fornire una panoramica sul turismo di lusso, analizzare le richieste e le attitudini dei viaggiatori di alta gamma, osservare le tendenze attuali e future, fare il punto sull’impatto che la tecnologia mobile ha su questo segmento. Condotta lo scorso ottobre, la nuova ricerca ha visto coinvolti 636 professionisti dei quali 486 agenti di viaggio o tour operator di diversi Paesi: America Latina, Francia, Germania, Italia, Paesi Bassi, Regno Unito, Scandinavia, Spagna e USA. Il 30% di questi intervistati ha 11-20 anni di esperienza nel settore, il 29% ha 21-30 anni di esperienza mentre il 20% lavora nel turismo da oltre 30 anni. Queste le principali tendenze:

- **Luxury travel molto diffuso**



I dati raccolti mostrano che il luxury travel è molto diffuso, in quanto il 93% degli intervistati vende viaggi di lusso: il 45% ha dichiarato che 2 su 10 dei loro clienti sono viaggiatori alto spendenti; per il 21% questa tipologia rappresenta il 21 - 40% della propria clientela. In Brasile il 38% dichiara che i viaggiatori ad alto budget rappresentano l’81-100% del loro business.

- **2-3 viaggi di lusso l’anno per il 47% degli intervistati**
  Il 47% dichiara che i clienti alto spendenti prenotano due - tre viaggi l’anno; il 27% indica in uno la media annua dei loro clienti; il rimanente 26% afferma che i viaggiatori di questo tipo acquistano

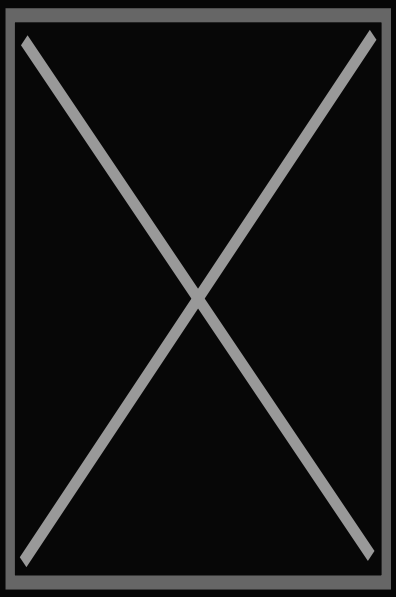
quattro o più viaggi nello stesso periodo.
La frequenza è diminuita rispetto all’edizione 2014, quando il 47% dei professionisti indicava vendite di oltre 4 viaggi all'anno per cliente.

- **Esperienze esclusive e uniche, unite a servizi personalizzabili**
  Per il 30% degli intervistati unicità ed esclusività sono i fattori chiave di un viaggio di lusso, mentre il 29% degli intervistati indica la personalizzazione dei servizi. Terza viene la qualità degli hotel (21%) e quarta la classe di volo (12%). In generale emerge l’interesse per prodotti di qualità e servizi esclusivi su misura.

- **Durata media di 7- 10 giorni**
  Circa la metà degli esperti (49%) indica per i viaggi di lusso una durata media di 7-10 giorni, mentre per il 34% il numero di giorni per vacanza è di 11-13; il 10% ha indicato oltre due settimane, mentre per il 7% è meno di una settimana. In particolare, 7-10 giorni è la durata più frequente nel Regno Unito (62%), Italia (56%), Francia (49%), e Spagna (47%).

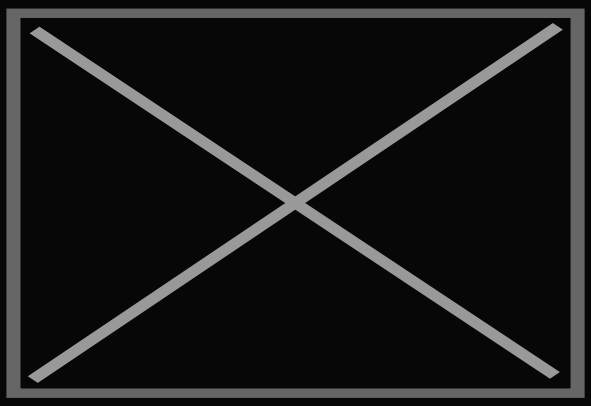
- **Viaggi luxury per un target tra i 36 e i 55 anni**
  Il 62% degli intervistati dichiara che è soprattutto la Generazione X (36-55 anni) a prenotare questa tipologia di viaggi, mentre il 37% identifica nei baby boomers (oltre 55 anni) il target più rappresentato.
  Il 73% ritiene che i viaggiatori alto spendenti viaggiano principalmente in coppia, evidenziando una crescita del 3% rispetto a dato del 2014. Le famiglie sono al secondo posto (22%), con una decrescita del 4% sull’edizione precedente: il viaggio con amici (4%) resta in terza posizione, pur facendo registrare un incremento del 1% sull’ultima rilevazione.

- **La destinazione prima di tutto, all’insegna dell’esclusività e della privacy**



Il primo fattore di selezione è la destinazione (74%). Segue l’esperienza nell’insieme (20%), che prevale sulla scelta della sistemazione (5%).Tra le mete di lusso più gettonate a livello internazionale, le Maldive hanno registrato il numero maggiore di menzioni come destinazione di tendenza nei viaggi di lusso, seguite da Asia, USA. Caraibi e Sudafrica. Per quanto riguarda la tipologia di alloggio, secondo la maggior parte degli intervistati (65%) i boutique hotel esclusivi sono la prima scelta; in seconda posizione gli alberghi appartenenti a grandi catene internazionali (21%). Seguono le sistemazioni private (6%), i castelli e i palazzi storici (2%), altre sistemazioni (5%). Tra i fattori di attrazione: relax e comfort in totale privacy (51%) e le esperienze gourmet (50%), tour e visite culturali su base privata (49%), novità inedite come nuove mete, prodotti e servizi (45%), escursioni tailor made nella natura (43%).

- **Spesa media tra i 5.000 e i 9.999 euro a viaggio**
  Il budget medio per singolo viaggio di lusso varia da mercato a mercato. La maggior parte degli intervistati ha dichiarato che la spesa media è per lo più compresa tra i 5.000 e i 9.999 euro a viaggio. In particolare, i viaggiatori di Spagna (36%) e Scandinavia (35%) si attestano sulla fascia di budget più bassa tra 5.000 e 6.999 euro; i viaggiatori USA (32%), Paesi Bassi (30%), Italia (24%) investono tra i 7.000 e i 9.999 euro; mentre Brasile (45%), Germania (41%), Regno Unito (38%) e Francia (36%) spendono tra i 10.000 e i 14.999 euro. Più che al prezzo, i viaggiatori ad alto budget fanno soprattutto attenzione al ‘value for money’ (42%), mentre il 36% ritiene che ci sia una maggiore attenzione al valore aggiunto.



- **Offline vs online**
  L’87% degli intervistati afferma che la maggior parte di questi clienti prenota offline, attraverso agenti di viaggi e consulenti specializzati. Solo l’8% individua nell’online il metodo preferito di prenotazione. Tra coloro che prenotano online, il maggior numero lo fa tramite desktop (62%), mentre la tecnologia mobile raggiunge il 38% di share. Quando prenotano tramite internet i viaggiatori si affidano soprattutto ai siti di agenzie specializzate, secondo quanto dichiarato dal 43% del panel. Seguono con il 32% le prenotazioni dirette sui siti di alberghi, compagnie aeree e produttori di servizi locali e con il 21% i website delle grandi agenzie online. Le raccomandazioni di amici e parenti sono essenziali (49%); influenzano molto le scelte anche le recensioni online (36%) e i premi prestigiosi (43%).

- **Brand di lusso: i veri trend setter**
  I brand di lusso sono i più influenti secondo la maggioranza degli intervistati (18%). A pari merito con il 15% tour operator specializzati e agenti/consulenti di viaggio, seguono i media on e offline (14%) e i testimonial (12%).

- **Il futuro**
  La maggior parte degli intervistati (82%) ritiene che i prossimi 2-3 anni faranno registrare una crescita nelle prenotazioni. Per il 42%, l’incremento è atteso tra il 6 e il 10%.
  Il viaggiatore di lusso sarà sempre più esigente; interessato a nuove destinazioni e prodotti/servizi; ultra –connesso e ben informato; alla ricerca di esperienze uniche e con servizi dedicati; sensibile a tutto ciò che sarà ecosostenibile; sensibile a consigli di conoscenti e raccomandazioni di esperti.
  Le conclusioni in breve:
  I professionisti del turismo affermano che: i viaggi di lusso sono associati a esperienze esclusive e uniche, unite a servizi personalizzati; in fase di acquisto di un viaggio, i clienti scelgono prima la destinazione, poi i servizi in loco e, preferibilmente, un boutique hotel esclusivo o, a seguire, alberghi internazionali di livello; il numero di viaggi ad alto budget è di circa 3 l’anno; la maggior parte dei

viaggiatori alto spendenti prenota ancora offline, affidandosi ai consigli e alle raccomandazioni degli specialisti del settore.

I viaggiatori luxury: la generazione X è il target principale, la maggior parte sono coppie con un’età compresa tra i 36 e i 55 anni; quando sono in vacanza cercano comfort e relax, amano esperienze culinarie, effettuano escursioni private dedicate a natura e cultura; sono sensibili al value for money e al valore aggiunto, più che al prezzo;sono attenti a tutto ciò che è eco-sostenibile; il budget medio a viaggio è compreso tra €5.000 e €10.000; si fidano soprattutto dei consigli di amici e parenti e delle recensioni online.

Cosa aspettarsi nei prossimi anni: i viaggiatori alto spendenti saranno molto esigenti, informati e sempre più sensibili a soluzioni di viaggio ecosostenibili; in generale i viaggi di lusso aumenteranno nei prossimi 2-3 anni in ragione del 6-10%.