Le 8 tendenze di viaggio del 2019

Booking.com ha analizzato oltre 163 milioni di recensioni verificate e ha condotto una ricerca su 21.500 viaggiatori provenienti da 29 Paesi per trovare otto trend di viaggio per il 2019. Ecco cosa possiamo aspettarci per l'anno che verrà secondo il sito leader delle prenotazioni online:

1. Il viaggio come fonte di conoscenza

Nel 2019 saranno sempre di più coloro che vedranno il viaggio come un vero e proprio mezzo di realizzazione personale. Le scelte relative ai viaggi saranno cariche di significato, dal momento che si tenderà sempre più a dare un vero e proprio scopo al proprio peregrinare per il mondo. Oltre la metà dei viaggiatori globali è d'accordo nel dire che viaggiare fornisce preziose lezioni di vita: nel 2019 assisteremo quindi a un aumento di coloro che desiderano imparare qualcosa di nuovo mentre viaggiano, e a un aumento di chi (indipendentemente dalla fascia di età) si propone di fare volontariato o vacanze che servono a migliorarsi.
In particolare, la generazione Z confronterà sempre di più il valore di una costosa istruzione universitaria con le lezioni di vita e gli insegnamenti pratici che possono essere appresi durante i viaggi, specialmente perché le esperienze al di fuori della vita scolastica e lavorativa sono sempre più apprezzate dalle aziende di tutto il mondo. Guardando ai più interessanti tipi di viaggio che abbiano anche uno scopo, il 68% degli intervistati dice che prenderebbe in considerazione gli scambi culturali per sviluppare nuove capacità. Seguono i viaggi all'insegna del volontariato, scelti dal 54% degli intervistati, e le esperienze formative nel campo professionale svolte all'estero, preferite dal 52%.

2. Parola chiave: facilità d'uso

Nel 2019, la facilità d'uso sarà lo standard utilizzato per misurare le innovazioni tecnologiche nel mondo dei viaggi. Negli anni passati si è parlato molto di intelligenza artificiale, realtà virtuale e riconoscimento vocale, ma l'anno prossimo le innovazioni vincenti saranno quelle che potranno offrire queste tecnologie come soluzioni pratiche ai viaggiatori. Alcune applicazioni concrete potrebbero riguardare l'accesso agli alloggi senza chiavi, (usando quindi solo lo smartphone), la creazione di consigli di viaggio personalizzati o l'assistenza di un concierge virtuale che possa comunicare con gli ospiti nella loro lingua.

Tuttavia le innovazioni che ci piaceranno di più non saranno le più futuristiche o le più esotiche. I viaggiatori infatti guardano con più entusiasmo a soluzioni che gli permettano di tracciare i bagagli in tempo reale tramite app per dispositivi mobili o alla possibilità di usare un'unica app per pianificare e prenotare un viaggio e gestire qualunque esigenza possano avere durante il viaggio stesso (indicate entrambe dal 57% degli intervistati). Invece aspetti più "futuristici", come per esempio la possibilità di usare un mezzo di trasporto senza conducente una volta a destinazione, risultano interessanti solo per il 40% dei viaggiatori. Useremo sistemi e tecnologie estremamente complessi per generare innovazioni semplici da usare, che aiutino i viaggiatori a spostarsi con sempre più fiducia e flessibilità. Nel 2019 la tecnologia sarà sempre più usata per le fasi di ricerca e pianificazione di un viaggio. A quasi un terzo dei viaggiatori di tutto il mondo (il 31%) piace l'idea di avere un agente di viaggio virtuale in casa propria, che possa rispondere alle domande poste tramite comandi vocali. Una persona su cinque vorrebbe inoltre usare tecnologie come la realtà aumentata per familiarizzare con la destinazione prima dell'arrivo.

3. Territori inesplorati

La NASA inizierà la costruzione della sua stazione spaziale lunare nel 2019, con lancio previsto nel 2022, e anche per questo ci saranno sempre più considerevoli investimenti nei viaggi spaziali. A partire dal 2019 continueremo ad ampliare i limiti relativi a dove è possibile viaggiare e, con gli avanzamenti tecnologici, anche il concetto di turismo spaziale non ci sembrerà una cosa poi così lontana. Le aziende che si occupano di viaggi e beni di consumo investiranno per prepararsi a un futuro nello spazio e per rispondere al desiderio di varcare nuove frontiere da parte dei viaggiatori. Quattro intervistati su dieci (il 40%) confermano di essere emozionati all'idea di viaggiare nello spazio in futuro e sono aperti alla possibilità di provare questa esperienza (il 38%). Fino a quando i viaggi spaziali non diventeranno una realtà, questa mentalità dovrà però adattarsi al viaggio tradizionale, traducendosi nel desiderio di spingersi in territori inesplorati qui sulla Terra. Uno degli aspetti che interesserà di più ai viaggiatori sarà la possibilità di soggiornare in fondo al mare (per il 60% degli intervistati). È probabile quindi che il 2019 veda emergere davanti ai nostri occhi nuovi, e in apparenza impossibili, tipi di strutture ricettive.

4. Sempre più personalizzazione

Il 2019 si prefigura come un anno in cui assisteremo a rapidi sviluppi nel modo in cui le informazioni di viaggio vengono consumate. Le vecchie guide di viaggio generiche del passato lasceranno spazio a contenuti brevi, personalizzati e più rilevanti, facilmente integrabili nei feed dei viaggiatori. Un terzo dei viaggiatori (il 34%) vorrebbe qualcuno o qualcosa che si occupasse dell'organizzazione del viaggio e fornisse consigli e suggerimenti, mentre circa due quinti (il 41%) vorrebbe che le aziende del settore

usassero tecnologie come l’intelligenza artificiale per dare consigli e suggerimenti in base alle precedenti esperienze di viaggio. Oltre la metà (il 52%) apprezzerebbe innovazioni tecnologiche come guide turistiche digitali, in grado di fornire esperienze davvero fatte su misura. Dal momento che i consigli personalizzati diventano quindi sempre più importanti per poter vivere al meglio ogni viaggio, possiamo aspettarci che i creatori di contenuti si mettano all’opera per distribuire i propri prodotti (sempre più ricchi e professionali) tramite l’intelligenza artificiale, così che i viaggiatori possano usufruirne proprio nel momento di maggior bisogno.

5. Viaggio consapevole

Grazie al crescente interesse globale per questioni come i diritti umani, l’uguaglianza e le condizioni di lavoro, il 2019 vedrà i viaggiatori diventare sempre più consapevoli. Faremo e ci faremo domande sugli assetti sociali, politici e ambientali delle nostre possibili destinazioni di viaggio, prima di decidere dove andare. Al momento, circa la metà (il 49%) dei viaggiatori pensa che le questioni sociali delle possibili destinazioni di viaggio siano un fattore importante nella scelta di una meta, mentre oltre la metà (il 58%) sceglie di non visitare una destinazione se pensa che il viaggio abbia un effetto negativo sulla popolazione locale.
I viaggiatori di oggi cercano sempre più esperienze nuove e autentiche e allo stesso tempo vogliono assicurarsi di viaggiare in sicurezza, a prescindere dal sesso, dall’etnia o dall’orientamento sessuale. Piattaforme come Destination Pride sfruttano molteplici fonti di informazione per fornire ai viaggiatori indicazioni su quanto sia LGBT-friendly la loro destinazione, mentre le mete turistiche stesse e le organizzazioni locali si impegnano sempre di più per supportare al meglio le donne che viaggiano da sole. I dati di Booking.com rivelano che quasi una persona su cinque (il 19%) ha intenzione di partecipare a un evento Pride nel 2019, specialmente i viaggiatori più giovani, dove nella fascia tra i 18 e i 34 la voglia di partecipazione si assesta al 30%.

6. Addio alla plastica

Anche se la questione della plastica monouso continua ad infiammare gli animi, nel 2019 la discussione sull’ambiente avrà un respiro più ampio. I millennial e la generazione Z cercherà di fare esperienze sostenibili una volta raggiunta la propria destinazione di viaggio, mentre i gestori delle strutture ricettive si impegneranno a ridurre l’uso della plastica e a diventare sempre più eco-sostenibili. La schiacciante maggioranza dei viaggiatori globali (l’86%) dice che sarebbe disposta a impiegare parte del proprio tempo in attività che controbilancino l’impatto ambientale del proprio soggiorno, e oltre un terzo (il 37%) sarebbe disposto a raccogliere plastica e spazzatura da una spiaggia o da un’altra attrazione turistica.

Grazie alle domande sulla sostenibilità che viaggiatori sempre più coscienziosi pongono alle amministrazioni e alle strutture ricettive delle mete visitate, vedremo un aumento degli investimenti nelle start-up che si occupano di turismo sostenibile. Il prossimo anno possiamo aspettarci quindi di trovare sempre più start-up e aziende individuali impegnate nella creazione di un nuovo futuro per le destinazioni turistiche del nostro pianeta, sfruttando al massimo le nuove tecnologie.

7. La ricerca delle esperienze

I viaggi basati sulle esperienze sono stati uno dei principali trend del 2018, e il 2019 si spingerà ancora più oltre. “Fare” qualcosa sarà ugualmente importante, se non di più, che visitare una destinazione, e del resto per quasi due terzi degli intervistati (il 60%) le esperienze valgono ormai di più dei possedimenti materiali. Pertanto il 2019 ci vedrà fare incetta di esperienze di viaggio diversificate e autentiche, partendo da dove mangiare e dove dormire per arrivare a come fare shopping o assistere a un evento sportivo, passando per la creazione di momenti speciali che ci portino gioia a lungo dopo la conclusione del viaggio.
Dal momento che non smetteremo certo di condurre vite frenetiche, le esperienze di viaggio ci aiuteranno a ridurre lo stress della vita adulta. Nel 2019, due quinti dei viaggiatori (il 42%) vogliono infatti visitare una destinazione che li faccia tornare bambini. Per rispondere a questa esigenza, le strutture ricettive si doteranno di dettagli allegri e spensierati, come piscine di palline e castelli gonfiabili per venire incontro ai millennial e alla generazione Z, ovvero la fascia di età in cui sono più numerosi coloro che vogliono tornare bambini viaggiando.

8. Sfruttare al massimo le vacanze brevi

Circa la metà (il 53%) dei viaggiatori afferma di voler fare più viaggi nei weekend dell’anno che verrà. Il 2019 si prefigura quindi come un anno con numerosi viaggi brevi fatti di itinerari personalizzati e curati in ogni dettaglio. La filosofia alla base di queste esperienze sarà “less is more”, dal momento che i viaggiatori godranno di esperienze più personalizzate ma concentrate in intervalli di tempo più brevi.
Grazie alle continue innovazioni nel settore dei trasporti, come per esempio maggiori rotte aeree, compagnie con prezzi sempre più allettanti, noleggi auto condivisi sempre più semplici e disponibili on-demand, e mezzi di trasporto sempre più efficienti, i viaggi brevi saranno più vari e personalizzati, e quindi più gratificanti. Assisteremo anche a un aumento nel desiderio di alloggiare in sistemazioni uniche e straordinarie, che offrano la possibilità di vivere con carattere anche la più breve delle vacanze.
Pepijn Rijvers, Chief Marketing Officer di Booking.com commenta: “Il 2019 sarà un anno ricco di emozioni per il settore dei viaggi. Grazie all’innovazione tecnologica, alla crescita continua della voglia

di vivere fantastiche esperienze di viaggio e grazie al fatto che viviamo in un mondo sempre più connesso, siamo sul punto di assistere a sviluppi rivoluzionari, che ci porteranno a raggiungere vette inesplorate. La missione di Booking.com è permettere a tutti di esplorare il mondo, e per noi è fondamentale continuare a imparare e a innovare, come abbiamo sempre fatto. Mai come ora siamo stati così entusiasti di essere al centro di un settore così emozionante."