TripBarometer: la cultura batte le spiagge nella scelta della destinazione

TripAdvisor il sito di viaggi più grande del mondo, ha annunciato oggi i risultati dello studio TripBarometer1, che evidenzia le abitudini di viaggio sia dei viaggiatori italiani sia degli stranieri che hanno viaggiato in Italia. Condotto dall'agenzia indipendente di ricerca Ipsos, lo studio analizza le risposte di più di 23.000 intervistati globali da 33 mercati nel mondo, 2.000 dei quali sono viaggiatori da e sull'Italia. Il report offre una panoramica, unica e dettagliata, dei trend e comportamenti globali di viaggio e del ruolo di TripAdvisor all'interno del processo di viaggio.

ISPIRAZIONE – Gli italiani sono motivati (anche) dai media

Cosa induce i viaggiatori a pensare al loro prossimo viaggio? Innanzitutto la pianificazione delle vacanze abituali durante l'anno (per il 17% degli italiani e il 18% degli stranieri che viaggiano in Italia), seguita dalle raccomandazioni personali (10% italiani e 17% visitatori dell'Italia) e in terza posizione da TripAdvisor (9% italiani e 13% viaggiatori in Italia). È interessante notare che i media ricoprono un ruolo importante per gli italiani che infatti sono il doppio più propensi a prendere ispirazione da articoli di giornale rispetto agli stranieri che viaggiano in Italia (8% VS 4%).
Per quanto riguarda il ruolo di TripAdvisor nella fase di ispirazione, quasi 7 italiani su 10 (69%) e due terzi dei viaggiatori stranieri in Italia (64%) visitano regolarmente TripAdvisor senza avere ancora in mente alcun viaggio mentre circa la metà degli italiani (49%) e dei visitatori dell'Italia (48%) sono ispirati da TripAdvisor nella scelta di una destinazione a cui non avevano pensato precedentemente. In ogni caso, TripAdvisor è la fonte di ispirazione più utilizzata dal 40% degli italiani e dal 51% dei viaggiatori in Italia. Interessante rilevare che il sistema ufficiale di classificazione (le stelle) è usato dal 15% sia degli italiani sia degli stranieri. Per quanto riguarda la costanza, gli italiani sembrano essere più volubili: tendono infatti a cambiare maggiormente la destinazione di viaggio durante le loro ricerche (11%) mentre chi visita l'Italia cambia meno idea (7%) mostrando che il Bel Paese per gli stranieri è una destinazione attraente e in qualche modo insostituibile; trovare un prezzo migliore è la ragione principale per cui entrambe le tipologie di viaggiatori cambiano la destinazione durante le ricerche (39% Italiani, 37% visitatori stranieri).

DESTINAZIONE – I driver turistici dell'Italia: cultura batte spiagge

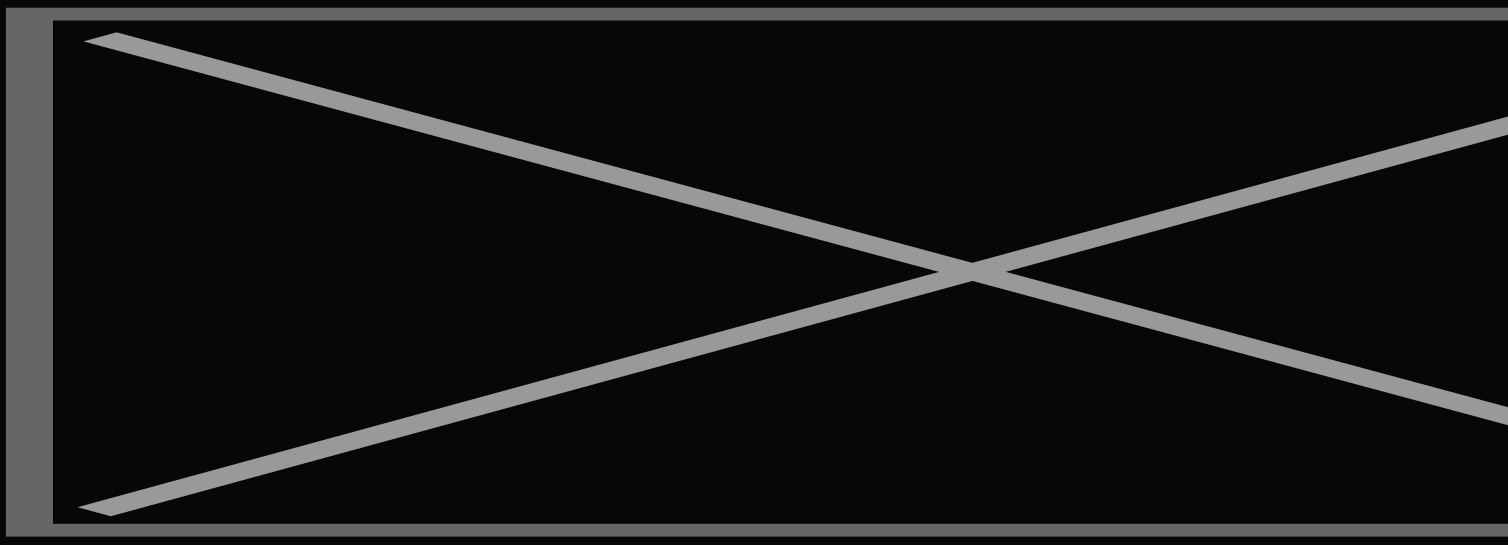
I 3 motivi più comuni dietro la scelta di una destinazione sono sperimentare la cultura (36% italiani e 46% visitatori), trovare alloggi a buon prezzo (21% e 19%) e uscire dai soliti percorsi turistici (18% e 16%). Se a livello mondiale quasi un viaggiatore su 4 (24%) sceglie la propria destinazione in base al clima, a sorpresa, questo fattore è meno influente sia per gli stranieri che visitano l'Italia (18%) sia per gli italiani che organizzano un viaggio (16%).
Le due tipologie di viaggio preferite dagli italiani sono visitare una città (39%) e le vacanze al mare (27%); gli stranieri sono in media più propensi a visitare l'Italia per le sue città (43%) ma meno per le sue spiagge (20%). Anche nella ricerca della destinazione TripAdvisor è risultato essere la fonte di informazioni più usata dal 55% degli italiani e dal 57% degli stranieri che viaggiano in Italia. Si registra un notevole distacco tra TripAdvisor e la seconda posizione, che è occupata da recensioni sui motori di ricerca, sia per gli italiani (28%) sia per i visitatori dell'Italia (33%).

RICERCA E PRENOTAZIONE – I viaggiatori prenotano in fretta se trovano buoni prezzi degli alloggi

La maggioranza dei viaggiatori da e sull'Italia (87%) ricerca generalmente le attrazioni e i ristoranti di una destinazione prima di visitarla, ma le attività iniziali più popolari nell'organizzazione delle vacanze sono la ricerca dei trasporti per raggiungere la destinazione e la comparazione delle varie opzioni sia per gli italiani (31% e 30%) sia per gli stranieri che viaggiano in Italia (39% e 27%). I viaggiatori italiani sono meno propensi a prenotare per primi gli alloggi (19%), idem i visitatori dell'Italia (14%), ma entrambi hanno prenotato un alloggio velocemente se hanno trovato un ottimo affare (10% degli italiani e 11% degli stranieri).
Di nuovo, TripAdvisor è la fonte di informazioni più influente per i viaggiatori nella scelta degli alloggi: circa due quinti degli italiani (39%) e il 31% degli stranieri che viaggiano in Italia lo considerano tale. Le OTA sono in seconda posizione per entrambe le tipologie di viaggiatori: per il 23% degli italiani e il 28% degli stranieri che viaggiano in Italia sono le fonti più influenti.
La posizione è il fattore più importante nella scelta dell'alloggio (22% italiani e 21% stranieri) seguita dalle tariffe (13% italiani e 12% stranieri) e dai punteggi sui siti (8% italiani e 10% stranieri).
Per quanto riguarda le attrazioni, il 33% degli italiani e il 32% dei viaggiatori che visitano l'Italia le prenotano prima di partire e le due ragioni principali per cui lo fanno sono la tranquillità una volta in vacanza (43% italiani e 36% visitatori dell'Italia) ed evitare le code per risparmiare tempo (35% italiani e 46% visitatori dell'Italia). TripAdvisor è la fonte più influente anche nella ricerca delle attrazioni per il 25% degli italiani e il 28% degli stranieri che viaggiano in Italia.

BUDGET – Gli italiani spendono meno nei viaggi

Secondo lo studio gli italiani hanno speso una media di 1.491€ per il loro ultimo viaggio, meno della metà della spesa degli stranieri che hanno viaggiato in Italia, che è pari a 3.134€.



Questa differenza si nota anche nella spesa per alloggi di lusso: più della metà degli stranieri che viaggiano in Italia (55%) è disposta a spendere per il lusso mentre gli italiani sono meno propensi a farlo (42%).