# Expedia: nel 2021 vinceranno flessibilità e rispetto dei protocolli

I viaggiatori hanno bisogno di rassicurazioni in aree critiche quali flessibilità, pulizia e comunicazione per valutare un viaggio ora e in futuro. A dirlo è la ricerca di **Expedia Group Media Solutions**, l'organizzazione pubblicitaria di Expedia Group, secondo cui un turista su due si sente ottimista, ovvero a proprio agio o addirittura entusiasta, di intraprendere un viaggio nei prossimi 12 mesi.
Anche se la fiducia dei consumatori in merito ai viaggi varia a seconda del paese e della generazione a cui appartengono, l'importanza delle misure igieniche, della flessibilità e di una serenità finanziaria è universale. Addirittura, tre quarti dei viaggiatori hanno detto che misure come l'utilizzo della **mascherina**, i servizi contactless e la flessibilità, che include rimborsi facilmente ottenibili o le politiche di cancellazione, sono fattori che determineranno la destinazione del loro prossimo viaggio.
"Mentre tutto il mondo segue con attenzione le notizie sui vaccini e la gente continua a sperare di raggiungere i propri cari, abbiamo notato che l'esigenza di viaggiare è sempre più forte", ha affermato **Monya Mandich**, Vice President of Global Marketing, Expedia Group Media Solutions. "COVID-19 ha portato un cambiamento radicale nelle preferenze e nelle influenze dei viaggiatori, e la comprensione di questi sviluppi è fondamentale per la ripresa e per le future strategie di marketing. La nuova ricerca fornisce informazioni sugli steps che i brand del settore viaggi possono compiere per rassicurare e connettersi con i viaggiatori mentre questi ricominciano a fare ricerche, pianificare e prenotare".
Sette viaggiatori su dieci, inoltre, desiderano la massima **flessibilità nelle prenotazioni**, assicurazioni di viaggio e relative politiche di protezione, possibilità di cancellazione e i rimborsi per il trasporto e l'alloggio. I dati proprietari di Expedia.com relativi agli alloggi mostrano come i viaggiatori abbiano prenotato tariffe rimborsabili il 10% più spesso nel 2020 rispetto all'anno precedente, e la nuova ricerca indica che questa tendenza è probabilmente destinata a rimanere.
L'adeguatezza dei **protocolli igienici** per COVID-19 determinerà le future scelte di alloggio per più della metà dei viaggiatori, e questo è un elemento chiave in tutte le categorie, dalle catene di hotel e boutique alle case vacanza, fino ai soggiorni con la famiglia o con gli amici. Ulteriori considerazioni includono il servizio in camera e il take-away (24%), e le opzioni di check-in senza contatto (23%).
I viaggiatori si rivolgono alle **agenzie di viaggio online** per informarsi e pianificare i viaggi il 24% più spesso rispetto a prima della pandemia, mentre i siti web delle destinazioni hanno registrato un

aumento del 20% nel loro utilizzo come tool di pianificazione.