Studio Expedia, il futuro dei viaggi tra sicurezza e flessibilità

Decolla la domanda e i viaggiatori ripartono alla ricerca di nuove esperienze. **Expedia Group** rivela alcuni insight chiave che caratterizzeranno le decisioni di viaggio post-pandemia, compresi i comportamenti emergenti durante la ricerca e la prenotazione e le nuove aspettative sui trasporti e sulle esperienze in loco. La ricerca, intitolata **"Cosa vogliono i viaggiatori nel 2021"**, ha coinvolto 16.000 intervistati in otto mercati. La ricerca è stata presentata per la prima volta nel 2020 e tiene traccia delle preferenze dei viaggiatori fornendo nuovi dati anno dopo anno.

"Le numerose restrizioni hanno creato una domanda repressa, ci aspettiamo però un aumento dei viaggi a metà anno, in concomitanza con le vacanze estive. Mentre l'industria continua a reagire, è fondamentale distinguersi agli occhi dei viaggiatori durante la fase di ricerca di alloggi e nuove esperienze", ha dichiarato **Giovanni Moretto**, Director Market Management, Expedia Lodging Partner Services Italia.

Quasi la metà (45%) dei viaggiatori sta considerando una **vacanza al mare** nei prossimi 18 mesi, mentre più di un terzo (36%) preferirebbe le grandi città. Le piccole località sono invece l'opzione più attraente per il 33% degli intervistati. Indipendentemente dal tipo di destinazione, uno dei principali fattori decisionali per i viaggiatori è una "destinazione raggiungibile in auto e vicina a casa". Essi sono anche più propensi a scegliere un soggiorno più lungo, tour o attività all'aperto e viaggi in destinazioni uniche.

La **pulizia** è un fattore fondamentale che determina le decisioni di viaggio. Quasi la metà (42%) dei viaggiatori dice che le linee guida sulla pulizia sono importanti. Tuttavia, l'aspetto più significativo nel 2021 rispetto al 2020 è la flessibilità. Quasi due terzi (60%) dei viaggiatori afferma che difficilmente prenoterebbe una camera non rimborsabile in cambio di una tariffa ridotta. Questa è una delle grandi differenze rispetto al 2020, quando il 66% dei viaggiatori prevedeva di prenotare una camera non rimborsabile.

Un altro elemento emerso dallo studio è che le **aspettative dei viaggiatori** sull'alloggio influenzano le loro decisioni di prenotazione. Mentre più di otto viaggiatori su dieci credono che gli hotel che sono considerati "kid-friendly" potrebbero migliorare i servizi per i bambini, quasi tre quarti (71%) rimarrebbero di nuovo nella stessa struttura se offrisse davvero opzioni "kid-friendly", e il 34%

rimarrebbe più a lungo. Per gli hotel pet-friendly, la percentuale di viaggiatori che ritiene che si possano migliorare i servizi è ancora più alta (94%). Esistono quindi buone opportunità per questo tipo di alloggi: se i servizi pet-friendly fossero migliori, più della metà (60%) dei viaggiatori li ri-prenoterebbe, quasi la metà (42%) rimarrebbe più a lungo e quasi un terzo (31%) pagherebbe di più a notte.

Inoltre, più di tre quarti (77%) dei viaggiatori dice che nella prenotazione di un soggiorno è determinante la presenza negli alloggi di servizi tecnologici chiave, mentre un viaggiatore su tre dice che sarebbe disposto a pagare un extra per **internet ad alta velocità**. I servizi di streaming sono particolarmente importanti per: Generazione Z (38%) e millennial (42%), coloro che viaggiano con bambini (42%) o con i suoceri (40%).