Expedia: per viaggiare servono garanzia finanziaria e sicurezza

Il prezzo non è più il principale motore delle decisioni di viaggio. Lo dice uno studio realizzato da **Expedia Group** a seguito della pandemia, secondo cui la sicurezza e la garanzia finanziaria sono aspetti importanti durante la pianificazione di un viaggio Le opinioni sui viaggi, compreso il sentimento positivo nei confronti dei passaporti vaccinali, l'aumento del budget a disposizione e una costante richiesta di sicurezza e garanzia finanziaria stanno cambiando, sottolinea il **Traveler Value Index** dopo aver esaminato le opinioni di 8mila persone in otto paesi per capire i loro comportamenti e le loro aspettative.

Nonostante il periodo di incertezza, il Traveler Value Index mostra come le persone reputino il **viaggio una priorità finanziaria**. Più di un terzo (34%) dei viaggiatori ha un budget per il viaggio più alto ora rispetto al 2020. Infatti, quasi un intervistato su cinque a livello globale (18%) si aspetta che il turismo sia l'attività per la quale spenderà di più nel 2021, alla pari di importanti voci di spesa quali la ristrutturazione della casa (18%), l'intrattenimento (12%), l'acquisto o la manutenzione dell'auto (11%) e l'assistenza sanitaria (11%). Inoltre, più di un terzo (36%) afferma che sostituirebbe un aumento di stipendio per più giorni di vacanza.

Numerosi viaggiatori stanno considerando con attenzione la **frequenza e la durata dei viaggi**. Molti di essi (60%) stanno optando per soggiorni domestici a breve termine, anche se stanno pianificando di partire più spesso, quasi la metà infatti (41%) desidera viaggi più frequenti e brevi. Anche le prospettive per i viaggi internazionali stanno migliorando, con più di un quarto (27%) dei viaggiatori che sta considerando un viaggio in un altro paese nel prossimo anno. Quasi tre quarti (71%) dei viaggiatori sono a proprio agio nel mostrare un passaporto vaccinale per viaggiare a livello internazionale.

La ricerca mostra anche un crescente desiderio di **esperienze nuove e diverse** rispetto alle destinazioni nostalgiche, con tre quarti (75%) dei viaggiatori che probabilmente sceglieranno una meta in cui non sono mai stati prima. Inoltre, più della metà (52%) è propensa a utilizzare una nuova modalità di trasporto, e quasi un quarto (22%) è alla ricerca di un'esperienza unica nel suo prossimo viaggio.

Il Traveler Value Index rivela che i viaggiatori, quando prenotano un viaggio, prendono decisioni basate sui valori e sulle loro opinioni personali. I viaggiatori vogliono supportare **pratiche sostenibili**, con quasi tre turisti su cinque (59%) disposti a pagare tariffe più alte per rendere il viaggio più sostenibile.

Inoltre, la maggioranza (65%) è più propensa a prenotare con **fornitori di viaggi che hanno politiche inclusive**. Questo include alloggi che sono di proprietà di donne e/o persone di colore, che sono accoglienti per la comunità LGBTQIA+, e quelle che sono di supporto alle persone con disabilità.

Per quanto riguarda le **motivazioni** alla base delle scelte al momento di decidere il viaggio, in tutte le esperienze dei viaggiatori la **garanzia finanziaria e la sicurezza** sono tra le principali priorità. Più di un viaggiatore su quattro, infatti, apprezza la possibilità di ottenere un rimborso, in particolare per biglietti aerei (26%) e prenotazioni di case vacanza (26%), seguite da una migliore pulizia e igienizzazione.