Autenticità e workation: i trend di viaggio 2023 di Marriott

shutterstock-450980248-c8b7790d

L'87% degli italiani prevede di viaggiare nel 2023, e oltre quattro di loro su dieci (il 44%) ha in programma di farlo di più rispetto al 2022. Ci sarà autenticità, workation, cura di sé ma anche sostenibilità, quest'ultima protagonista sempre più importante, anche durante il nuovo anno.

Questi sono i risultati della ricerca sui trend di viaggio 2023 effettuata da **Marriott Bonvoy**, che ha analizzato i programmi in Europa e Medio Oriente di 14mila viaggiatori. I risultati sono supportati da ulteriori dati che dimostrano un incredibile ritorno di fiducia degli italiani quando si tratta di **prenotare le vacanze con largo anticipo**. A ottobre scorso le prenotazioni dall'Italia, con un anticipo di 61-180 giorni, sono aumentate del 133% rispetto allo stesso mese dell'anno precedente. A novembre l'aumento era del 159%.

Benessere e viaggi autentici

Le vacanze all'insegna del benessere che permettono di **staccare la spina**, costituiranno la modalità di vacanza preferita dagli italiani (63%) nel 2023. Di questi, il 53% dice di essere diventato più consapevole del proprio benessere, il 40% dice di avere bisogno di una pausa dalla vita di tutti i giorni e il 47% non vuole tornare da una vacanza più stanco di quando è partito. In crescita anche i viaggi all'insegna delle **tradizioni**; molti desiderano immergersi completamente in una cultura diversa, oltre tre quinti (63%) vogliono esplorare nuove destinazioni, mentre la metà (50%) desidera provare le diverse proposte culinarie locali mentre viaggia. Per riuscire a immergersi meglio nella cultura locale, il 13% prevede di prenotare una vacanza prolungata di tre settimane o più nella stessa destinazione.

Tra coloro che opteranno per una vacanza più lunga, il 27% afferma che lo farà per la prima volta e le ragioni principali sono la necessità di staccare dalla routine quotidiana (55%) e **il desiderio di vivere**

come la gente del posto (37%). Un quarto di coloro che opteranno per una vacanza estesa (25%) ha inoltre sottolineato che la possibilità di lavorare da remoto dà l'opportunità di potersi prendere una vacanza più lunga senza dover chiedere ferie per l'intero periodo.

Workation ed esperienze premium

Impatto importante sui programmi di viaggio 2023 da parte della modalità di lavoro ibrido e da remoto. **Il 5% degli italiani prevede di prendersi una "vacanza lavoro"**, durante la quale continuerà a lavorare da remoto, potendo così visitare posti nuovi senza dover richiedere ferie, un vantaggio sottolineato dal 44% dei partecipanti al sondaggio. Il 46% dei viaggiatori italiani prevede di spendere di più per le vacanze nel 2023 rispetto all'anno precedente, mentre **solo il 10% prevede di spendere di meno**. Il 6% prevede di spendere molto e di soggiornare in vere e proprie strutture di lusso, ma anche i bed & breakfast (14%), gli appartamenti (12%) e l'affitto di case o ville (10%) saranno scelte privilegiate.

Spendere sì, ma con attenzione

Con l'87% degli intervistati che ha in programma di partire, la maggior parte dei viaggiatori sta chiaramente cercando di **mettere da parte i fondi necessari per le proprie vacanze**. Complessivamente, oltre quattro su dieci (44%) di coloro che hanno in programma di viaggiare afferma che nel 2023 farà più vacanze rispetto all'anno precedente, mentre il 13% afferma che ne farà di meno, il che suggerisce una traiettoria in continua crescita per il settore dopo la pandemia. Tra la minoranza (13%) di coloro che non intendono partire, le ragioni principali sono disponibiltà economiche (65%), l'aumento del costo della vita e, nello specifico, l'inflazione (31%).

Il fattore sostenibilità

Oggi la sostenibilità è un fattore chiave per gli italiani quando si tratta di pianificare i viaggi; **il 70% degli intervistati afferma che l'attenzione per l'ambiente ora ha un certo impatto sui loro viaggi**. Più di un terzo (35%) dichiara di essere consapevole dell'impatto ambientale delle proprie vacanze, mentre il 35% afferma che i fattori ambientali definiranno i propri viaggi e che investiranno solo in aziende che hanno un impatto ambientale positivo. Ne risulta che il 65% dei viaggiatori italiani **prevede di trascorrere le vacanze in Italia** nel 2023. Anche le destinazioni vicine saranno molto richieste: la Spagna è tra le destinazioni preferite (23%), seguita da Francia (13%), Grecia (12%) e Portogallo (8%).

Neal Jones, chief sales & marketing Officer di Marriott International Europa, Medio Oriente e Africa, ha affermato: *"Considerando come i consumatori intendono viaggiare quest'anno, notiamo che i trend di viaggio per il 2023 sono più interessanti che mai per la situazione unica in cui ci troviamo. Ciò che emerge chiaramente è una rinascita del settore basata in gran parte su una maggiore fiducia dei viaggiatori, con oltre quattro italiani su dieci che prevede di spendere di più rispetto all'anno scorso. Questo dimostra chiaramente un grande ottimismo, ma anche che le persone risparmieranno di più per concedersi vacanze. Forse come segno dei tempi attuali, i viaggiatori concentreranno le loro spese su aspetti fondamentali della propria vacanza mentre adotteranno un approccio più prudente sulle spese per fattori meno vitali, come regali o nuovi indumenti per il viaggio. Stanno diventando più chiare anche altre tendenze già esistenti. Sono lieto di notare la priorità che molti viaggiatori attribuiscono alla sostenibilità: è un fattore importante per la maggior parte di essi e molti organizzano le proprie vacanze in base a questo aspetto. La pandemia ha anche accelerato l'aumento del lavoro da remoto ed è chiaro che molti italiani intendono approfittarne, sfruttando l'opportunità di partire senza dover richiedere ferie".*