Aigo: il futuro dei viaggi tra incertezza e voglia di Italia

Flessibilità di prenotazioni e cancellazioni, personalizzazione di prodotti e servizi, vaccinazione diffusa e misure sanitarie e di sicurezza adeguate. Sono queste le chiavi di volta attorno a cui ripartirà l'industria dei viaggi a partire dal prossimo anno, dopo che il clima di incertezza attuale sarà scomparso. E' quanto emerge da uno studio condotto a livello globale tra gennaio e febbraio 2021 da **Aigo** e **Travel Consul** su oltre 1.200 professionisti del settore di oltre 20 mercati internazionali, in 11 lingue diverse. Di questi, il 59% (66% del campione italiano) lavora presso agenzie di viaggio, il 26% (28% del campione italiano) in tour operator e il restante 15% in GSA o in altri tipi di attività commerciale.

In generale, in Italia come in Europa e a livello globale, c'è ancora **grande incertezza** nel comparto viaggi e turismo: le stime di ripresa sono concentrate a partire dal prossimo anno. Rispetto all'edizione di settembre 2020, scende l'aspettativa di una ripresa nel 3° e 4° trimestre 2021, passando dal 34 per cento all'odierno 4,1 per cento. Nel nostro Paese, in particolare, prevale un atteggiamento più cauto rispetto alla media europea (39%) e a quella globale (41%). In seconda battuta, in Italia (16%) come in Europa (24%), i viaggiatori tendono a prenotare con scarso anticipo: meno di 30 giorni dalla data di viaggio. Nel resto del mondo è invece rilevante il numero di chi prenota con 7-12 mesi di anticipo (20%).

Sul fronte **sicurezza, formazione e innovazione**, gli operatori italiani dell'intermediazione, più di tutti, ritengono importanti le certificazioni di sicurezza da parte dei Paesi/destinazioni e delle organizzazioni internazionali del turismo, come il World Travel & Tourism Council. Secondo il campione italiano innovazione è la parola chiave per poter ripartire; resta infatti alta la percentuale di coloro che intendono valutare nuove soluzioni per innovare il prodotto: 85,5% sono pronti a considerare nuove destinazioni, 82,9% nuovi hotel e resort, 81,8% nuovi fornitori.

I dati della nuova ricerca confermano invariata la propensione al **turismo di vicinanza** per quanto riguarda il campione italiano, con l'Europa presente nel 59% delle risposte e un timido sguardo al lungo raggio: in percentuale decisamente più bassa (9%), vengono indicate le Americhe. Per quanto riguarda l'incoming, l'Italia risulta essere la destinazione preferita dai clienti italiani ed europei, seguita da Maldive, USA, Grecia, Spagna ed Emirati Arabi. Mentre a livello globale la scelta ricade su USA,

Europa, Italia e Maldive.